

Universidade de São Paulo
Escola de Comunicações e Artes
Centro de Estudos Latino-Americanos sobre Cultura e Comunicação

Kátia Thaís Appolinário dos Santos

**Professores influenciadores:
Impacto do conteúdo para pré-vestibulandos**

São Paulo
2023

Universidade de São Paulo
Escola de Comunicações e Artes
Centro de Estudos Latino-Americanos sobre Cultura e Comunicação

**Professores influenciadores:
Impacto do conteúdo para pré-vestibulandos**

Kátia Thaís Appolinário dos Santos

Orientadora: Prof(a). Dr(a). Issaaf Karhawi

Trabalho de conclusão de curso apresentado
como requisito parcial para obtenção do título
de Especialista Mídia, Informação e Cultura.

São Paulo
2023

AGRADECIMENTOS

Aos meus pais, Maria Lúcia Appolinário dos Santos e Aparecido Ferreira dos Santos, que são minha base e à quem sou grata todos os dias pela vida e educação que me deram.

Aos colegas do trabalho e do Forró de Segunda, que compreenderam minhas ausências e me deram todo o apoio necessário.

Ao professor Noslen Borges, que se disponibilizou para uma conversa para que este trabalho pudesse ser realizado.

À Prof(a) Dr(a) Issaaf Karhawi que me conduziu ao longo desta jornada com maestria, atenção, alegria e paciência. Você é inspiradora e me motiva a seguir em frente!

PROFESSORES INFLUENCIADORES: IMPACTO DO CONTEÚDO PARA PRÉ-VESTIBULANDOS¹

Kátia Thaís Appolinário dos Santos²

Resumo: Este projeto propõe um estudo sobre o impacto do conteúdo dos professores influenciadores para pré-vestibulandos. Foi adotado como referência o conteúdo produzido por Noslen Borges, o maior influenciador digital de educação no Brasil. A partir disso, pretende-se compreender suas motivações enquanto produtor de conteúdo, bem como a receptividade dos alunos. Para que fosse possível olhar para ambos os pólos, trabalhou-se a triangulação metodológica. Foi analisada uma entrevista com o influenciador; os posts veiculados em seu Instagram durante um ano e as respostas de um questionário voltado aos pré-vestibulandos sobre seus hábitos estudantis.

Palavras-chave: professores influenciadores, educação digital, redes sociais, pré-vestibulandos, educação não-formal.

Abstract: This project proposes a study on the impact of the content of influential teachers on pre-university students. The content produced by Noslen Borges, the biggest digital influencer of education in Brazil, was adopted as a reference. From this, it is intended to understand their motivations as a content producer, as well as the receptivity of the students. In order to make it possible to look at both poles, methodological triangulation was worked on. An interview with the influencer was analyzed; the posts published on his Instagram for a year and the answers to a questionnaire aimed at pre-university students about their student habits.

Keywords: teachers influencers, digital education, social networks, pre-college students, non-formal education.

Resumen: Este proyecto propone un estudio sobre el impacto de los contenidos de docentes influyentes en estudiantes de preuniversitario. Se tomó como referencia el contenido producido por Noslen Borges, el mayor influenciador digital de la educación en Brasil. A partir de ello, se pretende comprender sus motivaciones como productor de contenidos, así como la receptividad de los estudiantes. Para posibilitar la mirada en ambos polos se trabajó en la triangulación metodológica. Se analizó una entrevista con la influencer; las publicaciones publicadas en su Instagram durante un año y las respuestas a un cuestionario dirigido a estudiantes de preuniversitario sobre sus hábitos estudiantiles.

Palabras clave: docentes influencers, educación digital, redes sociales, estudiantes preuniversitarios, educación no formal.

¹ Trabalho de conclusão de curso apresentado como requisito para obtenção do título de Especialista em Mídia, Informação e Cultura.

² Bacharel em Jornalismo pela Pontifícia Universidade Católica de Campinas (PUC-Campinas).

Introdução

A expansão e popularização da esfera digital ao longo dos anos desencadeou uma mudança social evidente na forma como nos comunicamos. É o que mostram os estudos do professor e sociólogo Manuel Castells (2011), que considera as tecnologias de informação uma ferramenta social, capaz de incluir, excluir e pautar relações. Isso porque, através da formação de comunidades de interesse, hoje as redes sociais constituem não apenas um ambiente de interação e reafirmação da nossa auto imagem, mas também proporcionam a conexão entre pessoas com interesses em comum, a aquisição de novos conhecimentos e, para muitos, se tornou até mesmo um instrumento de trabalho.

Neste ponto, não há como não citar a atuação dos influenciadores digitais que, além de pautarem discussões, também inspiram o modo de pensar e agir de suas respectivas comunidades. Moda, lifestyle, gastronomia, turismo, inúmeros são os campos de atuação dos influenciadores, incluindo aqui o campo educacional, que se desenvolveu a partir da atividade dos professores influenciadores.

Mas esses profissionais só puderam ocupar esse lugar devido a uma série de fatores, dentre os quais podemos citar a forma na qual a sociedade atual se configura, os regimes de visibilidade ao lado da ascensão do culto à imagem e o advento da cultura da participação.

Nesta pesquisa, nosso principal objeto de estudo são os professores que galgaram protagonismo no mercado de influência digital, tornando-se assim influencers do nicho da educação. Aqui, nos deteremos especificamente ao conteúdo reverberado no Instagram pelo professor de língua portuguesa Noslen Borges³ durante o período de 01 de janeiro de 2022 a 01 de janeiro de 2023.

O objetivo principal é entender o potencial das redes sociais enquanto locus para o aprendizado de pré-vestibulandos no que diz respeito ao acesso à educação não-formal.

A partir disso, desdobram-se três objetivos específicos. São eles: entender como as estratégias de diálogo com o público pré-vestibulando se constituem; mapear os objetivos comunicacionais dos influenciadores por meio das características do conteúdo veiculado em suas redes e, por fim, compreender a

³ Perfil do Noslen Borges no Instagram pode ser acessado por este link: <https://www.instagram.com/professornoslen/>

receptividade do conteúdo dos professores influenciadores para o estudo desses pré-vestibulandos.

Como se pretendia olhar não só para o polo do produtor de conteúdo, mas também para os receptores, optou-se por fazer uso da triangulação metodológica que, de acordo com os estudiosos Denzin e Lincoln, é a exposição simultânea de realidades múltiplas, refratadas. Cada uma das metáforas “age” no sentido de criar a simultaneidade, e não o sequencial ou o linear (2006, p. 20). E foi a partir desse procedimento metodológico que foi possível olhar para o todo e entender as motivações, anseios e necessidades não só por parte do influenciador, como também dos estudantes que consomem seu conteúdo.

Essa discussão se dará ao longo de dois capítulos. No capítulo 1, buscaremos compreender o que constitui a atividade profissional de professores e influenciadores separadamente, bem como entender quais são as semelhanças e diferenças das funções de cada um para que, a partir disso, seja possível entender qual o locus desse profissional chamado “professor influenciador”. Também contextualizaremos a expansão digital e o papel dos professores influenciadores nesse novo espaço, já considerando um olhar voltado para a realidade educacional. O capítulo 2 contempla a apresentação da metodologia selecionada, bem como o processo por trás de sua execução e a análise dos dados coletados.

1. Entre a sala de aula e as redes: diferenças e intersecções da atuação dos professores e influenciadores

Professores e influenciadores, ainda que sejam duas funções distintas, possuem pontos de convergência e divergência que valem ser abordados antes de adentrarmos na discussão sobre a atuação dos professores influenciadores. Isso nos ajudará a compreender os fatores que permitiram o surgimento desse novo profissional originado a partir da fusão entre ambas as funções citadas.

Então começemos pelos influenciadores. Pelas palavras da pesquisadora Issaaf Karhawi (2017, p.48), o digital influencer corresponde ao indivíduo que tem o “poder de influenciar em decisões em relação ao estilo de vida, gostos e bens culturais daqueles que estão em sua rede”. Os influenciadores, um dia já foram meros usuários das redes digitais, como cada um de nós e, posteriormente,

passaram a ocupar esse papel de protagonismo devido ao alto espectro de visibilidade que conquistaram ao longo de suas trajetórias individuais em rede. Essa característica comum com o usuário, segundo a antropóloga Crystal Abidin (2020, p.292), é indispensável para que os seguidores criem um vínculo por meio da identificação e, conseqüentemente, o sentimento de pertencimento ou mesmo de proximidade. Contextualizando isso com um exemplo, é comum que sigamos nas redes sociais perfis que abordem assuntos que sejam do nosso interesse, ou mesmo de pessoas que tenham passado por vivências similares às nossas, pois isso faz com que nos sintamos representados de alguma forma, ou que nos espelhemos a ser como essas pessoas.

Vale ressaltar que muito antes do surgimento dos digital influencers já existiam as celebridades da internet, sujeito este que, de acordo com Abidin (2020,p.290), se refere a um tipo de presença midiática com grande visibilidade online, que pode ser atribuída a qualidades positivas ou negativas.

(...) O principal atributo das celebridades da internet seria o acúmulo de uma audiência que recebe certo tipo de informação, assiste, reconhece e contribui, de certo modo, oferecendo alta visibilidade para esses sujeitos midiáticos. (ABIDIN, 2020, p.290)

Em entrevista concedida para Karhawi, a antropóloga explica ainda que a diferença entre as celebridades da internet e os influenciadores digitais é que, este último, normalmente se caracteriza por nutrir uma reputação positiva com seu público.

Os influenciadores digitais, por sua vez, são um tipo de celebridade da internet para quem esses pares de qualidades costumam pender mais positivamente. Assim, entre fama e infâmia — como, por exemplo, entre boa reputação e escândalos — grande parte dos influenciadores cultiva sua fama por meio de reputação positiva, talentos e habilidades. (ABIDIN, 2020, p.290)

Ou seja, os influenciadores digitais constituem-se em uma espécie de desdobramento das celebridades da internet, que buscam cultivar sua boa reputação e, a partir disso, empregam seu alto espectro de visibilidade a favor da monetização, ou seja, como uma ferramenta de trabalho. Inclusive, há muitas funções dentro desse escopo.

Cabe ao influenciador digital criar conteúdos para diferentes nichos e plataformas, em diferentes formatos, como vídeo, foto ou texto; realizar a divulgação de produtos utilizando técnicas de monetização de conteúdo, as chamadas "publis";

interagir com seus seguidores, ação indispensável para o fortalecimento de sua comunidade em construção contínua; participar de eventos; fazer photoshoots para campanhas offline e, por fim, como o próprio nome da profissão sugere, cabe a eles influenciar seus seguidores ao consumo de bens e produtos diversos através do compartilhamento de seus estilos de vida. Ou seja, a atividade do influenciador está muito ligada ao uso de sua imagem, bem como às técnicas de marketing para promovê-la. Neste contexto, cabe citar ainda a figura do influenciador digital como formador de opinião, por serem “pessoas que têm grande poder de verbalização e oportunidade de dizer o que pensam para um grupo expressivo de pessoas” (Cruz, 2011, p.37).

Olhando agora para a figura do professor, não há como negar que esse profissional se constitui como um dos primeiros influenciadores com os quais temos contato na vida, logo depois de nossos pais. Isso porque, é normal que nos espelhemos em nossos mestres, ou que sigamos seus conselhos e indicações, dado o respeito e notoriedade que sua figura carrega. Ao mesmo tempo, é importante compreender que aqui estamos fazendo uso apenas de uma equivalência entre ambas as figuras no que diz respeito a capacidade de influenciar e inspirar pessoas, mas suas origens e características são distintas, assim como suas formas de trabalho.

Por definição, o professor é aquele que carrega consigo a função de mediar o conhecimento para com o aluno. Segundo o educador José Carlos Libâneo (1994):

O trabalho docente é atividade que dá unidade ao binômio ensino-aprendizagem, pelo processo de transmissão-assimilação ativa de conhecimentos, realizando a tarefa de mediação na relação cognitiva entre o aluno e as matérias de estudo.

De acordo com o Ministério da Educação, faz parte das funções do professor dominar os conteúdos e saber como ensiná-los, demonstrar conhecimento sobre os alunos e seus processos de aprendizagem, reconhecer os diferentes contextos e conhecer a governança e a estrutura dos sistemas educacionais. Além disso, cabe ainda a este profissional planejar ações de ensino, ter condições plenas de avaliar a aprendizagem de seus alunos de acordo com as competências e habilidades previstas em currículo, se comprometer com o desenvolvimento pessoal dos alunos e saber criar e gerir ambientes de aprendizagem.

Guardadas as dimensões do conceito formal, esta última responsabilidade - *a de saber criar e gerir ambientes de aprendizagem* - pode ser relacionada

diretamente com a atividade dos professores nas redes sociais, a partir do momento que consideramos as redes como uma ferramenta de aprendizagem em potencial. Além disso, levando em conta o ciberespaço como “locus de efervescência social e canal por onde circulam formas multimodais de informação” (LEMOS, 2004, p.6), a partir do momento que professores passam a utilizar suas redes com a finalidade de difundir conhecimento e, uma comunidade passa a acompanhar seus conteúdos e ideais, ele passa a ocupar o local de professor influenciador.

É certo que a expansão do digital transformou a sociedade em suas diferentes esferas, incluindo a do aprendizado. Isso ocorreu porque a cibercultura propiciou a difusão do conhecimento de maneira não formal. Segundo Lemos (2004, p.10):

A cibercultura, ao instaurar uma cultura das redes, planetária, convivial, coletiva e colaborativa, pode enriquecer aquilo que temos de mais importante: a nossa inteligência e o nosso capital cultural que, entrando em sinergia através das redes telemáticas com outras culturas, poderá fazer a identidade de cada um legítima e a globalização um processo de riqueza cultural e de reforço de laços sociais locais.

Neste contexto, o digital passou a se configurar como uma ferramenta capaz de proporcionar recursos que complementam a experiência do aluno em sala de aula, ou mesmo, em alguns casos, uma opção para aqueles que não possuem acesso a determinadas ferramentas. Com essa afirmação não queremos dizer que a educação através das plataformas digitais dispensam as aulas formais. Na verdade, nos referimos aos professores que produzem conteúdo educativo em redes sociais e que contribuem para aqueles que normalmente não poderiam aderir ao ensino pago para a aquisição de conhecimento.

Mas produzir conteúdo e divulgá-lo nas plataformas digitais coloca o professor num locus de influenciador digital? Pesquisadores da área da educomunicação entendem que este lugar é ocupado a partir do momento em que as redes contribuem para a facilitação do diálogo do aluno entre a educação e a realidade.

A qualidade embrionária para a formação do professor num digital influencer está na interferência das tecnologias móveis no cotidiano do aluno, forçando a construção de diálogos personalizados entre a educação e a realidade, e por sua vez, estreitando o contato entre docente e discente nas vias digitais. (MOTA, MELO, ANDRADE, 2020, p.8)

Agora, feito este panorama geral, bem como a conceituação do papel de cada um desses profissionais, adentremos a reflexão de cada uma das áreas.

1.1 Influenciadores digitais: o fruto da era da visibilidade

Nos primórdios da internet, quando a conexão ainda era discada, sequer era possível imaginar a amplitude que, anos depois, o digital poderia adquirir. A princípio, na década de 90, não havia sequer buscadores de pesquisa e, na tentativa de compilar conteúdos da rede, surgiram os primeiros blogs, que consistiam em sites com listas de links para facilitar o acesso dos usuários.

Posteriormente, nos anos 2000, surgiram novos recursos e plataformas, que permitiram que o ato de "blogar" se expandisse e adquirisse novos sentidos. Nesse momento, os blogs passaram a ser fortemente tangenciados pela personalidade do autor que, por sua vez, ganhou espaço a partir da cultura da participação, conceito que surgiu a partir da reflexão do professor e escritor estadunidense Clay Shirky, em seus estudos sobre o digital.

A participação é vista como uma parte normal da operação de mídia, e os debates atuais giram em torno das condições dessa participação. Assim como o estudo da cultura dos fãs nos ajudou a compreender as inovações que ocorrem às margens da indústria midiática, podemos também interpretar as estruturas das comunidades de fãs como a indicação de um novo modo de pensar sobre a cidadania e colaboração (JENKINS, 2008, p. 314).

Ou seja, com a difusão da cultura da participação, os amadores ganharam espaço de autoridade para expressarem suas reflexões, anseios e gostos através da democratização da informação e da popularização do discurso. Este cenário, atrelado ao alto espectro de visibilidade adquirido pela classe blogueira culminou em sua capacidade de influenciar pessoas que, por sua vez, reproduzem comportamentos e legitimam as opiniões expressas por esses blogueiros, tal qual uma comunidade de fãs.

Com o aprofundamento dessa relação e a metamorfose do papel dos blogueiros ao longo dos anos, estes adquiriram uma nova nomenclatura: a de influenciadores digitais, termo derivado do inglês "*digital influencers*". No entanto, segundo Karhawi (2017), o surgimento desse novo termo não anula os que o antecederam.

(...) cada uma dessas mudanças reflete práticas e dinâmicas, alterações no mercado em que os influenciadores estão inseridos. Reflete, ainda, o capital social de suas relações, o poder de influência sobre a mídia tradicional e daí por diante. Fato é: "influenciador" não é apenas um nome. (KARHAWI, 2017, p.54)

Ao citar o capital social, Karhawi se refere ao conceito cunhado pelo sociólogo Pierre Bourdieu (1998, p.28) que, nas palavras do mesmo, corresponde a um “agregado de recursos reais ou potenciais que estão ligados à posse de uma rede durável de relações mais ou menos institucionalizadas de familiaridade e reconhecimento mútuos”.

O capital pode se dar em diversas esferas: social, econômica, simbólica ou cultural e, conforme explica Karhawi (2017), o acúmulo de capital cultural pressupõe transmissão e assimilação e, por isso, exige tempo, motivo pelo qual, para Bourdieu o capital cultural, muitas vezes, é visto como uma competência legítima do sujeito.

Levando em conta ainda que o capital social de cada pessoa é composto por um repertório muito singular, os influenciadores, em seus determinados nichos de atuação, possuem diferentes capitais. Os professores influenciadores, por exemplo, principal objeto de estudo desta conversa, possuem capital de natureza cultural que, por sua vez, pode se converter em qualificações de aprendizado. Ao lado disso, não podemos esquecer o ponto trazido por Abidin sobre a importância do fator visibilidade quando falamos de influência.

Unindo aqui as ideias tanto de Bourdieu como de Abidin, podemos dizer que, a partir do acúmulo de capital, esses professores puderam olhar para o mercado da educação com outros olhos, e a partir disso, se apropriaram de seu alto espectro de visibilidade para usarem isso como um upgrade em suas profissões, ou seja, como um meio de exercer o ensino nas redes tornando-se assim influencers do nicho da educação. Aqui, ao inserirmos a questão do aprender, faz-se necessário compreender o que é o ato de educar, o que nos leva ao próximo capítulo deste trabalho acadêmico.

1.2 Aprendizado nas redes: a internet como difusão de conhecimento

Ao buscarmos nos dicionários o significado da palavra “educação”, encontramos que, etimologicamente falando, o termo provém do latim “*edutication*”, que quer dizer alimentar, criar, nutrir, cultivar. Para além dos dicionários, é importante dizer que a educação é uma prática social capaz de urgir o funcionamento das sociedades através do auxílio no desenvolvimento dos indivíduos, seja no quesito físico, intelectual ou espiritual. Nas palavras de Libâneo

(2006), não há sociedade sem prática educativa, nem prática educativa sem sociedade. Ambos complementam e alicerçam um ao outro.

A educação, no entanto, vai muito além das atividades praticadas dentro do ambiente escolar, mas pode se dar em diferentes espaços, formatos e através do uso de diferentes metodologias. Por este motivo, aqui faz-se necessário abordar o conceito de educação formal, informal e não-formal.

A **educação formal** é aquela praticada nas escolas e segue o que é determinado pela legislação nacional, ou seja, pelo Estado. Por isso, ela é intencional e obedece uma série de critérios estabelecidos de antemão. Atritando o conceito de educação formal a uma prática digital, podemos citar os cursos EAD, sejam eles de nível superior, técnicos ou mesmo preparatórios, na qual existe um currículo a ser seguido e o contato do aluno com o professor se dá através de um ambiente digital em questão.

A **educação informal**, por sua vez, se abstém de quaisquer tipos de planejamento, tanto por parte daquele que ensina quanto daquele que se propõe a aprender e por isso, se classifica como um tipo de educação não intencional. Segundo Libâneo (2006), é o caso das formas econômicas e políticas de organização da sociedade, das relações humanas na família, no trabalho, na comunidade, dos grupos de convivência humana, do clima sócio-cultural da sociedade. Pensando mais uma vez em um exemplo ligado ao digital, no caso da educação informal, podemos pensar em todo e qualquer aprendizado que ocorre de forma não intencional. Por exemplo, quando seguimos em nossas redes perfis de pessoas que vivem em outros países e, a partir disso, aprendemos indiretamente sobre a cultura e modo de vida dessas pessoas.

Na educação informal, não há lugar, horários ou currículos. Os conhecimentos são partilhados em meio a uma interação sociocultural que tem, como única condição necessária e suficiente, existir quem saiba e quem queira ou precise saber. Nela, ensino e aprendizagem ocorrem espontaneamente, sem que, na maioria das vezes, os próprios participantes do processo deles tenham consciência. (GASPAR, 2002, p.173)

Por fim, a **educação não-formal** se caracteriza pela relação de ensino e aprendizagem entre os indivíduos, no entanto, neste caso, ao contrário da educação formal, aqui não há nenhum tipo de legislação que coloque regras ou limite no ato de educar.

(...) a educação não-formal, embora obedeça também a uma estrutura e uma organização (distintas, porém, das escolas) e possa levar a uma certificação (mesmo que não seja essa a finalidade), diverge ainda da educação formal no que respeita à não fixação de tempos e locais e à flexibilidade na adaptação dos conteúdos de aprendizagem a cada grupo concreto (AFONSO, 1989, p.78)

A educação não-formal é um tipo de educação intencional e, mais uma vez, de acordo com Libâneo, pode ser exercida através de diferentes meios, que vão além da sala de aula. Levando em conta as considerações dos estudiosos acima, podemos afirmar que, o aprendizado obtido por aulas e publicações através de redes sociais se enquadra como educação não-formal, uma vez que não é algo pré-estipulado pela legislação nacional e, ao mesmo tempo, também não é algo espontâneo, como se dá a educação informal.

No entanto, ainda que o aprendizado através de ferramentas digitais possa ser classificado como educação não-formal, isso não significa que com a existência dessas ferramentas, a figura do professor se torna dispensável. Muito pelo contrário, principalmente levando em conta que aqui estamos olhando especificamente para perfis administrados por professores formados e qualificados para a transmissão dos conhecimentos em questão.

Ao lado disso, o educador José Carlos Libâneo explica que a educação é socialmente determinada. Ou seja, ela se molda de acordo com a nossa estrutura social. Segundo o levantamento TIC Educação⁴ realizado em 2019, 88,7% dos alunos de escolas urbanas no 2º ano do ensino médio em todo o Brasil afirmam que consomem vídeos ou tutoriais na internet como forma de aprendizado.

Considerando esse dado ao lado da importância do digital em nossas atividades cotidianas, não é de se estranhar que as práticas educativas, cedo ou tarde, também se adaptassem a essa realidade virtual. Isso nos remete a um pensamento do filósofo Paulo Freire sobre o uso de tecnologias na educação:

A educação não se reduz à técnica, mas não se faz educação sem ela. Utilizar computadores na educação, em lugar de reduzir, pode expandir a capacidade crítica e criativa de nossos meninos e meninas. Dependendo de quem o usa, a favor de que e de quem e para quê. O homem concreto deve se instrumentar com o recurso da ciência e da tecnologia para melhor lutar pela causa de sua humanização e de sua libertação. (FREIRE, 2001, p. 98).

⁴ Fonte: CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nas escolas brasileiras.

Dessa forma, não há mal na prática de um modelo educacional tangenciado por ferramentas digitais, desde que o uso dessas tecnologias sejam empregadas a fim de complementar a ação do professor, jamais com a finalidade de substituí-lo.

2. Procedimentos metodológicos

Essa pesquisa parte de uma metodologia que contempla recursos que nos possibilitem observar o tema sob duas óticas: a do produtor de conteúdo - *os influenciadores* - e a do receptor - *os alunos pré-vestibulandos*. Para isso, foi utilizada a triangulação metodológica que, de acordo com os estudiosos Denzin e Lincoln, é a exposição simultânea de realidades múltiplas, refratadas. Cada uma das metáforas “age” no sentido de criar a simultaneidade, e não o sequencial ou o linear (2006, p. 20).

Denzin defendeu essa metodologia em 1970, valendo-se do argumento de que uma hipótese testada com o recurso a diferentes métodos podia ser considerada mais válida do que uma hipótese testada unicamente com o uso de um único método (DUARTE, 2009. p.11) Em outras palavras, podemos dizer que a triangulação tem como base uma metodologia que considera o uso de meios quantitativos e qualitativos e, a partir disso, nos permite olhar para o objeto de estudo a partir de diferentes perspectivas.

Assim sendo, em um primeiro momento, foi realizada uma entrevista com o influenciador Noslen Borges para compreender suas motivações, além de um mapeamento, classificação e compreensão do conteúdo publicado por ele de janeiro de 2022 a janeiro de 2023. Em um segundo momento, foi aplicado um questionário com perguntas fechadas e abertas voltado ao público pré-vestibulando para que fosse possível compreender o impacto do conteúdo dos professores influenciadores em suas rotinas de estudo.

A seguir, serão apresentadas cada uma dessas fases de desenvolvimento metodológico, considerando a seguinte ordem: entrevista, análise de conteúdo e aplicação do questionário. Além disso, para que fosse possível refletir sobre os resultados obtidos a partir de cada procedimento realizado, as análises foram feitas concomitantemente à exposição do material, ou então logo na sequência de cada tópico.

2.1 Entrevista

Para compreendermos os recursos que norteiam a produção de conteúdo dos influenciadores de educação no Instagram, o primeiro passo foi definir quem seria o influenciador a ter seu conteúdo analisado. Para isso, foi levado em conta a disciplina com a qual ele trabalha, o público com o qual dialoga e as redes em que está inserido, bem como sua visibilidade no cenário não só de influência digital, mas também enquanto educador. Assim, após uma série de pesquisas, foi decidido que o influenciador em questão seria o professor Noslen Borges, conhecido por ter o maior canal de língua portuguesa do YouTube no Brasil, o que o coloca entre os maiores influencers de educação do mundo em sua disciplina e que, inclusive foi vencedor do prêmio iBest 2022 nas categorias “Academia” e “Prêmio Popular”.



Imagem 1 - Captura de tela da página inicial do canal do professor Noslen Borges no YouTube.

Noslen Borges de Oliveira é professor de língua portuguesa há mais de 17 anos. Formado em Letras na Universidade Tuiuti do Paraná e especialista em alfabetização e letramento pela PUC-Paraná, ele já lecionou em mais de 10 escolas diferentes. Também é autor do livro “Gramática Viva” e contou parte de sua transição das salas de aula para o digital em uma edição do TEDx Rio do Sul. Em dezembro de 2015, ele inaugurou seu canal no YouTube, que hoje contabiliza mais de 4,4 milhões de inscritos. Presente também no Facebook, TikTok e Instagram, nesta última rede ele contava até maio de 2023 com mais de 1,04 milhão de seguidores, o

que faz com que ele seja considerado um mega influencer, que corresponde àqueles que possuem audiências superiores a 1 milhão de seguidores (Influicity, 2018; Mitchell Communications Group, 2017).

Contatado por e-mail no dia 04 de abril de 2023, a equipe do Noslen retornou no dia 06 de abril aceitando o convite para uma entrevista sobre o trabalho realizado nas redes pelo professor influenciador. Essa conversa aconteceu no dia 11 de abril, às 16h, por meio da plataforma Zoom e durou aproximadamente 20 minutos.

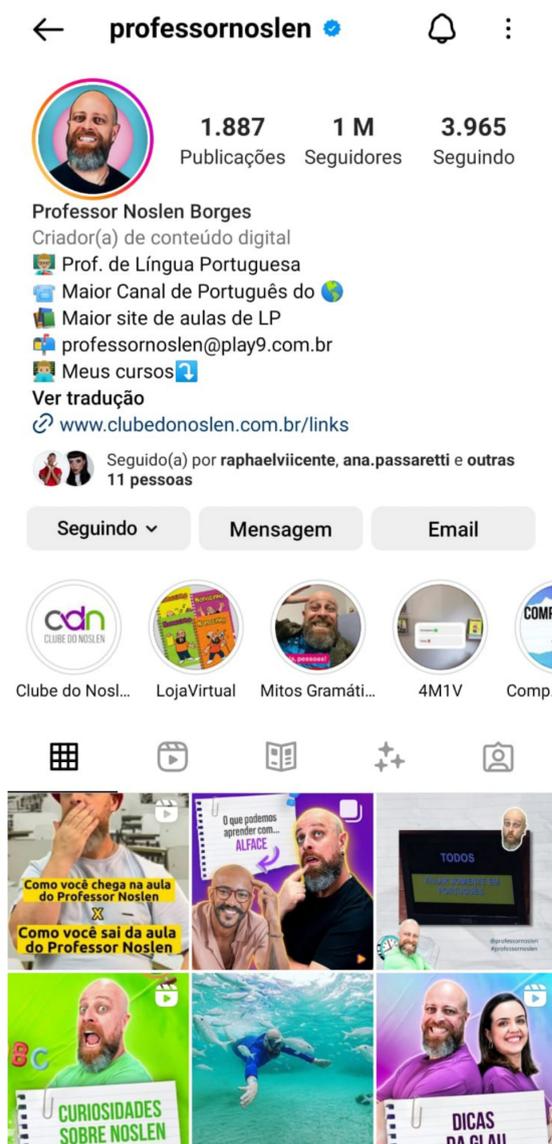


Imagem 2 - Perfil do Instagram do Professor Noslen Borges

Na entrevista conduzida pela pesquisadora foram abordadas as seguintes questões: os desafios da transição da sala de aula para o ensino online; como é feito o planejamento de conteúdo para que não se torne maçante e repetitivo; os

objetivos do influenciador por trás da produção de conteúdo no Instagram; a influência das trends e conteúdos de humor para a construção de um público consistente; se é possível se preparar para o vestibular apenas com o conteúdo disponibilizado nas redes sociais e a tendência de intensificação do ensino através de plataformas digitais.

Os tópicos mais relevantes de cada questão serão expostos a seguir e, a partir da análise das enunciações do professor Noslen, buscaremos compreender suas urgências, objetivos e motivações, considerando ainda as subjetividades de seu discurso dentro do contexto.



Imagem 3 - Captura de tela da entrevista realizada pela pesquisadora com o professor Noslen Borges.

Assim como as blogueiras de moda em sua origem foram incentivadas por motivações pessoais, habilidades, objetivos e circunstâncias (Karhawi, 2020, p.106), Noslen, hoje no locus de professor influenciador, também o foi. Ele conta que, a princípio, a transição da sala de aula para o digital se deu como uma estratégia para conseguir prender a atenção dos alunos que já estavam demasiadamente conectados a seus smartphones e já não prestavam atenção nas aulas presenciais. Ainda que essa mudança tenha sido gradual, após expandir as aulas digitais não só para os alunos que ministrava as aulas em sala, mas também para o público em geral, ele afirma que a confirmação de que a estratégia havia dado certo chegava por meio dos comentários em seus próprios vídeos:

(...) Eu só comecei a acreditar que estava dando certo quando comecei a ter feedbacks por comentários nos vídeos, as pessoas mandando recados ali dizendo "poxa, entendi esse conteúdo", "há muito tempo eu estudo esse conteúdo e nunca tinha entrado na minha cabeça" (,,) Quanto mais você entrega conteúdo para as pessoas, mais elas querem. (...) Para produzir isso, eu comecei a ter que me dedicar mais à internet e, aos poucos, fui largando o presencial - obviamente que também tem o lado financeiro. (BORGES, 2023)

Hoje, Noslen entrega novos conteúdos quase que diariamente para seus seguidores, o que demanda não só criatividade, como também planejamento para a construção dessas publicações. Para ele, um dos maiores desafios é estruturar os posts de forma atrativa, visando que o assunto não se esgote. Segundo o professor, isso é feito a partir do resgate de conteúdos mais densos veiculados no YouTube, dos quais são selecionados subtemas estratégicos para reverberar no Instagram, porém esses conteúdos são atrelados principalmente a conteúdos de oportunidade, humor e até mesmo trends, a fim de atrair e fortalecer sua comunidade por meio do entretenimento.

Eu tô fazendo releituras daquelas aulas - *as aulas do YouTube* - em forma de abordagem com o cotidiano, então eu tento pegar o conteúdo lá. Por exemplo, eu falei sobre concordância nominal, eu pego esse conteúdo e tento abordar ele dentro do que está acontecendo. Tá rolando um meme? Então eu tento trazer o conteúdo da Língua Portuguesa para abordar aquele meme. Tá tendo hype de um filme? Eu tento fazer essa amarração com o filme ou criar alguma coisa em cima daquilo. Ou seja, sempre tentar pegar carona no que está acontecendo no momento. (BORGES, 2023)

Essa conexão dos conteúdos de língua portuguesa aos conteúdos que estão em alta nas redes sociais recebe o nome de “conteúdo de oportunidade” no mercado de marketing digital. Mas além da questão mercadológica e estratégica, evidencia-se que Noslen possui habilidade para identificação de tendências e expertise transmidiática. Isso porque, esse recurso nada mais foi do que a forma que o influenciador encontrou para criar uma narrativa para atrair o público, fortalecer seu conteúdo e ainda sustentá-lo a partir de temas em evidência. Mais adiante, quando adentrarmos a análise de conteúdo, veremos que o professor fez isso com frequência, por exemplo, ao amarrar dicas de gramática a partir de diálogos que ocorreram no Big Brother Brasil, ou mesmo ao utilizar a Copa do Mundo como gancho para indicações literárias de diferentes países.

Neste contexto de “surfar” nas ondas do momento, o humor também é estratégico para o criador de conteúdo. É por isso que as trends, memes e “dancinhas do momento”, são trazidas constantemente em seu Instagram, e muitas vezes sequer estão atreladas aos conteúdos educativos. Esse é o caminho que o professor encontrou para expandir seu público para além dos interessados em educação.

O público que me conhece já está comigo em várias redes, então ele já espera isso de mim. O público que não me conhece vai olhar e pensar "o

que esse careca barbudo está rebolando aqui e falando do uso do por quê?”. Então a trend me ajuda a sair um pouco da bolha de educação e a manter a galera que já está comigo. São dois movimentos: um é sair um pouquinho fora da bolha, e o outro é manter quem já está ali. (BORGES, 2023)

Ainda que o Instagram seja a porta de entrada para grande parte da comunidade que acompanha o Noslen, ele não nega que existe uma motivação financeira por trás da estratégia de conteúdo. Isso é feito não só por meio do direcionamento dos usuários para que acompanhem suas aulas completas no YouTube, mas também por meio da venda dos cursos oferecidos em sua plataforma chamada “Clube do Noslen”.

Querendo ou não, o Clube do Noslen é a minha empresa, onde eu tenho ali também o meu “ganha pão”, onde eu entrego um conteúdo mais aprofundado. As aulas são diferentes das aulas do YouTube, eu gravei todas as aulas, aprofundei todas as aulas, eu entrego o material didático junto, entrego correção de redações e dou monitoria. (BORGES, 2023)

Com essa fala, é possível observar que Noslen de fato passou por uma transição profissional: a de professor para professor influenciador. Ele iniciou a produção de conteúdo em língua portuguesa, construiu essa cadência produtiva com base em uma consistência temática e temporal e diariamente faz a manutenção do relacionamento com seus seguidores por meio de trocas e, por seu estudo, conhecimento e relevância no nicho em que atua, ganhou o título de autoridade junto à sua comunidade, seja ela nas redes sociais ou mesmo em sua plataforma paga. Em outras palavras, podemos dizer que Noslen trilhou o que Karhawi (2020) chamou de “Jornada da Influência”:

(...) A influência é consequência de um processo. E é por isso que um influenciador pode ser tanto aquele que estimula debates e agenda pautas, quanto aquele que influencia na compra de um produto. Mas, em todos os casos, o processo de consolidação em termos de crédito, capital e reputação é o mesmo. E é ele o responsável por levar o influenciador digital ao patamar de profissional, já que só ao atingir um certo espaço de destaque na rede - de fato, de influência - é que as marcas passam a considerá-lo para ações e parcerias comerciais. (KARHAWI, 2020, p.210)

Todavia, vale ressaltar que os usuários podem consumir o conteúdo disponibilizado no YouTube do influencer de forma totalmente gratuita, o que contribui para a democratização da educação não-formal, de acordo com a visão do próprio Noslen, que afirma ainda que hoje é possível se preparar para os principais vestibulares do país apenas com as aulas disponibilizadas virtualmente.

Eu tenho certeza absoluta que pessoas que não tem condições nenhuma de pagar cursos conseguem estudar pelo meu material 100% online, e inclusive passam no vestibular, ENEM e concursos. Esse é um trabalho social que eu consigo fazer paralelo com o meu trabalho específico lá no Clube do Noslen. Então com certeza o meu YouTube, meu Instagram e o Tik Tok tem uma função social muito grande. (BORGES, 2023)

Ao citar a função social do conteúdo entregue por ele em suas redes, Noslen nos permite refletir sobre um preconceito criado pela sociedade a respeito do trabalho dos influencers: o de que esta função se resumiria a algo fútil, incapaz de abordar temas relevantes ou mesmo contribuir socialmente. Talvez por estarmos acostumados a ideia de influenciador ligada às questões de moda, estilo de vida e, por isso, outros tipos de transmissões acabam ficando em segundo plano ou são esquecidas. Aqui, vemos que isso não possui fundamento e que sim, o trabalho dos influenciadores digitais pode agregar de inúmeras formas, sendo uma delas a viabilização da educação de modo não-formal por meio das redes.

Por fim, Noslen reforça que mesmo que agora esteja 100% em ambiente digital, sua principal motivação é seguir na profissão enquanto professor, mas atuando nas plataformas sociais, e que não vê atrativos em ser influenciador apenas pela popularidade ou visibilidade que a função carrega por si só.

Quando eu acordo de manhã, sempre me pergunto: ‘O que é que sobrou de mim do dia de ontem?’ Ah, sobrou um professor? Beleza! Então estou no caminho certo ainda. O dia em que eu acordar e falar “o que sobrou de mim? Ah, sou um influenciador”, aí não tem mais. Se não tiver internet, então não sou ninguém? Não. Peraí, então eu me perdi em algum momento. Por mais que hoje faça várias coisas, eu sou influenciador de educação? Sou. Sou professor? Sou. Sou um microempresário? Sou também. Sou um palestrante? Sou também. Sou um comunicador? Sou também. Mas eu nunca posso perder o meu eu, a minha essência, que é ser professor, que é ensinar, que é ser um facilitador da língua portuguesa. (BORGES, 2023)

Ao enumerar os vários papéis ocupados por ele no dia a dia, o professor influenciador demonstra que tem conhecimento de sua expertise, de seu acúmulo de capital social e, conseqüentemente, do seu locus de autoridade para exercer os papéis citados.

Em contrapartida, ao questionar “Se não tiver internet, então não sou ninguém” se referindo a sua atuação enquanto influenciador, podemos ver certa apreensão do próprio criador de conteúdo ao ocupar este lugar. No entanto, vale ressaltar que hoje, até mesmo como citado anteriormente, as atividades exercidas pelos influenciadores vão muito além do ambiente digital, podendo incorporar participações em eventos ou mesmo estrelar campanhas offline. Além disso,

considerando a autoridade do Noslen no campo da educação, mesmo que “não houvesse mais internet”, ele ainda ocuparia espaços de destaque dado o reconhecimento social que conquistou ao longo de sua trajetória.

2.2 Análise de conteúdo

Para entender como as estratégias de diálogo com o público pré-vestibulando se constituem, foi realizada uma classificação do conteúdo publicado no Instagram do professor Noslen Borges entre 01 de janeiro de 2022 e 01 de janeiro de 2023. A escolha por analisar o período de um ano do começo ao fim foi tomada levando em conta o ciclo de preparação de um vestibulando.

Para a realização da análise em si, foi necessário pré-estabelecer alguns critérios de categorização do conteúdo, propostos pela própria pesquisadora após um primeiro contato com o objeto empírico. Foram levados em conta três formatos de publicação: post fixo - *para imagens estáticas*; carrossel - *para sequência de até 10 cards estáticos que trazem informações contínuas ou complementares*; e vídeo - *para os posts audiovisuais do feed, independente de sua duração*.

Além disso, após uma entrada exploratória no perfil do Instagram e leitura flutuante do canal do YouTube, foram definidas as temáticas predominantes de suas publicações, que aqui chamaremos de macrotemas. Esses macrotemas, por sua vez, englobam temáticas secundárias. Essa estrutura se deu de acordo com o organograma a seguir:

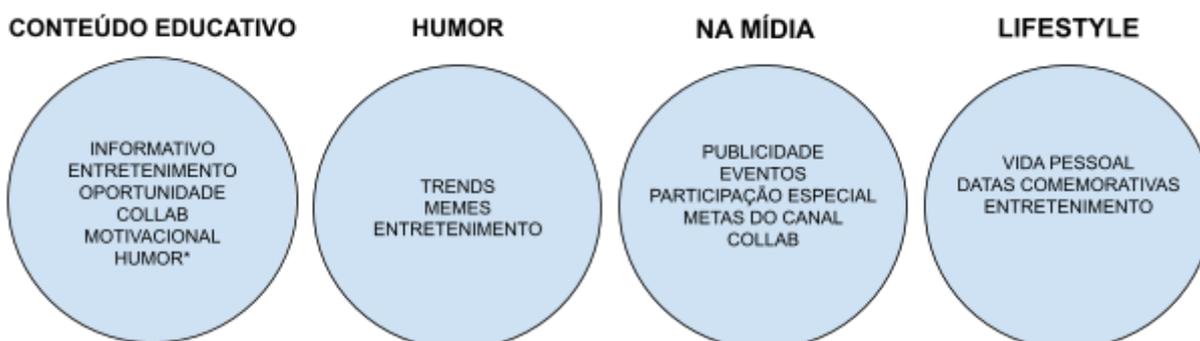


Imagem 4 - Organograma de macrotemas e temas secundários utilizados para a classificação do conteúdo

Essa organização de assuntos foi feita a partir da observação pessoal para que fosse possível visualizar de forma mais objetiva não só a pluralidade de temas, mas também sua incidência e suas respectivas conexões com os objetivos do influenciador aqui pautado.

Foi considerado “Conteúdo Educativo” todo e qualquer conteúdo com motivação educacional, seja ele diretamente informativo ou mesmo amarrado a outros temas. O macrotema “Humor”, por sua vez, englobou os posts em que a principal motivação foi o riso. Vale ressaltar aqui que, a categoria humor foi considerada também como uma temática secundária do macrotema “Conteúdo Educativo”, porém, nos casos em que é a principal motivação do conteúdo, ou seja, sem relação aos tópicos educacionais, a mesma passa a ser considerada como um macrotema passível de suas próprias temáticas secundárias. O macrotema “Na Mídia” corresponde aos conteúdos que possuem algum tipo de relação com publicidade, parcerias e ações em prol do aumento da popularidade do perfil do influenciador. Por último, o macrotema “Lifestyle” representa os posts ligados a questões pessoais da vida de Noslen. As temáticas secundárias são autoexplicativas, por isso não serão detalhadas aqui.

Também foram levados em conta os possíveis objetivos do post de acordo com as possibilidades oferecidas pelas plataformas digitais. Os objetivos aqui considerados foram: *engajamento* - para os casos em que a interação no post é privilegiada, *video views* - para os casos em que o intuito é apenas que o usuário assista ao conteúdo; e *tráfego* - para os casos em que há o intuito de levar o usuário para um canal externo.

Por fim, também foi analisada a motivação dos conteúdos para além da plataforma. Para isso, foi levado em conta o que Karhawi (2020) chamou de “etapas de legitimação”. Aqui, vale explicarmos cada uma das categorias consideradas.

Para as publicações em que o intuito era atrair novos seguidores com interesse que vão além da educação ou aprendizado, foi utilizada a categoria **expansão de público**. Nos casos em que o post consistia em ações na mídia ou parcerias a fim de reforçar a imagem do Noslen enquanto professor influenciador, foi empregada a categoria **construção de reputação**. Já as ações em parceria com outros professores influenciadores, foram consideradas como publicações de **reconhecimento de pares**. Os conteúdos que visavam fomentar a participação e interatividade do usuário foram classificados como **fortalecimento de comunidade**.

Por sua vez, os conteúdos que demonstraram a expertise do profissional para abordar o assunto em questão foram classificados como **conteúdo de autoridade**. Os posts exaltando números e metas batidas da rede foram enquadrados na categoria **reforço de popularidade**. Por fim, as publicações com finalidade publicitária ou mercadológica foram classificadas como **influência direta**.

2.2.1 Panorama geral

Dentro do **período selecionado**, 297 posts foram publicados no Instagram do professor Noslen e todos eles foram classificados e considerados na amostra aqui analisada. Quantificando esse conteúdo, no primeiro semestre foram publicados 112 conteúdos, que equivale a uma média de 18 posts ao mês. Já no segundo semestre, foram publicados 142 conteúdos, o que fez com que a média mensal de posts da segunda metade do ano fosse de 23 conteúdos. Com essa contagem mês a mês, foi possível observar um movimento em comum: a intensificação das publicações nos períodos de inscrição do ENEM - maio - e no período que antecede a realização da prova - primeira quinzena de novembro. Isso aponta que o Exame Nacional do Ensino Médio é um acontecimento que influencia diretamente a estratégia de conteúdo do professor influenciador.

Em relação ao **formato**, 74% dos conteúdos do período foram vídeos, seguidos de 13,4% de carrosséis e 12,1% de posts fixos. Os vídeos, além de atraírem por ser um formato dinâmico, possuem alto poder de retenção, ou seja, são capazes de aumentar o tempo de permanência do usuário consumindo o conteúdo em questão ou mesmo outros conteúdos do mesmo perfil, o que contribui para a expansão do público e engajamento com a conta. A própria Meta, ao divulgar seu relatório de ganhos do primeiro trimestre de 2022, afirmou que o formato Reels, que corresponde aos vídeos curtos da plataforma, representa mais de 20% do tempo que as pessoas passam no Instagram.

Ao olharmos para os **macrotemas**, a categoria “Conteúdo Educativo” se faz predominante, detendo 72,3% de todas as publicações do ano analisado. Na sequência, aparece o macrotema “Na Mídia”, que corresponde a 13,4% dos posts. Em seguida, as publicações do macrotema “Humor” aparecem com 7,7% do total. Por fim, temos 6,3% dos posts pertencentes ao macrotema “Lifestyle”.

Já em relação às motivações consideradas, o fortalecimento da comunidade foi predominante, com 41%. Em segundo lugar, a expansão do público foi a motivação

em 20% dos conteúdos e, na sequência, a criação de conteúdos de autoridade esteve presente em 18% das publicações. A construção de reputação representou 10% do total. Já o reconhecimento de pares e a influência direta foram trabalhadas em situações específicas, e ambas corresponderam a 5% dos posts cada. Por fim, 2% dos posts tiveram o intuito de reforço de popularidade.

2.2.2 Visão detalhada a partir dos macrotemas

Agora que o panorama geral foi apresentado, será feita a exposição das percepções obtidas por meio dessa classificação. Por motivos de organização, a análise será realizada com um olhar direcionado para cada um dos macrotemas apresentados.

a) Conteúdo Educativo

Foi observado que 70% dos posts classificados como *conteúdo educativo* são vídeos, seguidos de 23,6% de carrosséis e apenas 9% são posts fixos. Isso pode estar diretamente atrelado ao fato de que o humor, na maioria das vezes, é abordado a partir de vídeos, sejam eles de danças ou mesmo trends. Inclusive, a temática secundária *humor* foi a mais presente nos conteúdos educativos, mais especificamente 31% dos posts analisados, seja por meio de trends do Tik Tok ou mesmo memes e piadas como gancho para abordar regras de gramática, figuras de linguagem e afins.

Os conteúdos de *entretenimento* aparecem em segundo lugar no ranking das temáticas secundárias, detendo 26,9% dos conteúdos educativos. Aqui se enquadram os posts nos quais o professor indica filmes e livros, ou mesmo quando amarra o conteúdo educativo a games e quizzes para descontrair o usuário. Apenas 18,9% dos conteúdos educativos foram classificados como *informativos*, ou seja, trazem conteúdo de língua portuguesa puramente educacionais. Uma temática secundária interessante que aparece em conteúdos educativos, é *oportunidade*, que também corresponde a 18,9% das publicações. Basicamente se tratam de conteúdos amarrados a algum acontecimento, por exemplo: regionalismos falados por alguém do Big Brother Brasil que podem ser explorados em uma pauta educativa mais detalhada, ou mesmo fazer uso dos países convocados para a Copa do Mundo como gancho para abordar literatura estrangeira.

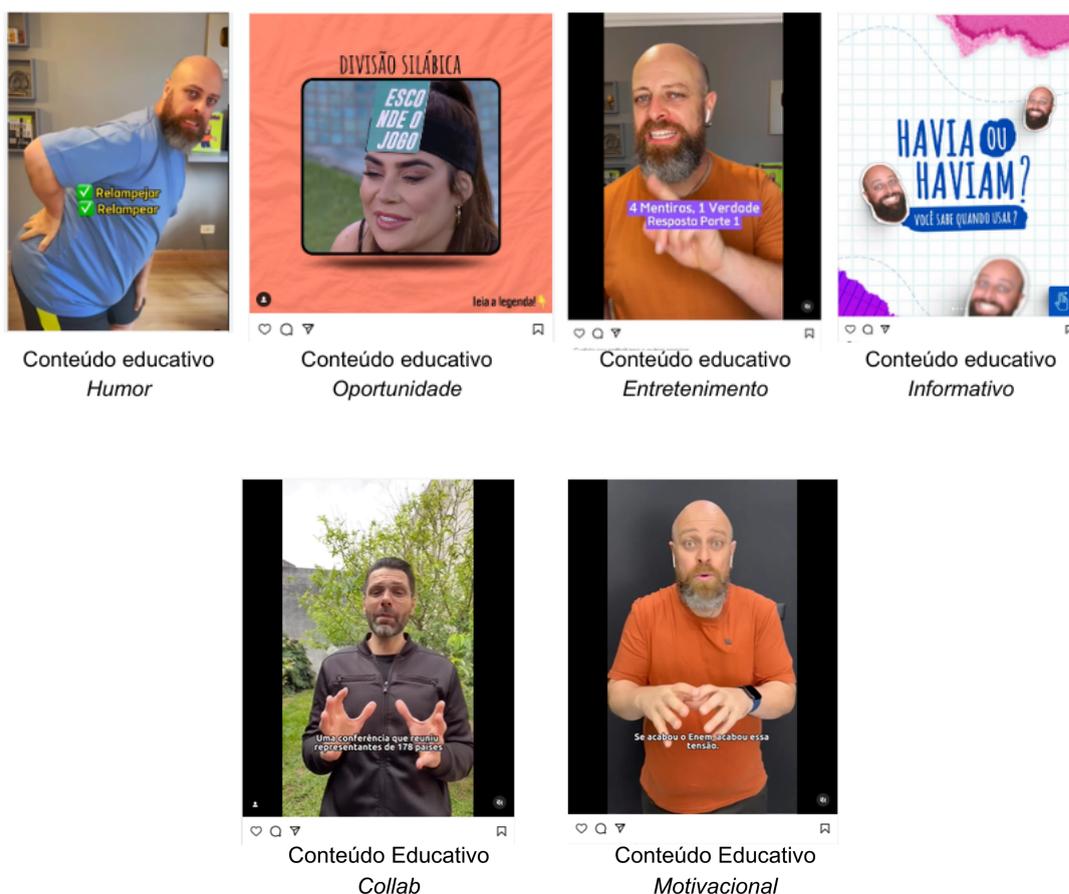


Imagem 5 - Representação de posts que foram classificados dentro do macrotema “Conteúdo Educativo”

Ao olharmos para os recursos de legitimação empregados nos conteúdos educativos, é possível afirmar que 52% foi pensando no fortalecimento da comunidade. Em seguida, 29% visa construção de autoridade, 12,8% foi em prol da expansão do público e 6% teve o reconhecimento de pares.

b) Humor

No macrotema *humor*, 69% das publicações foram vídeos, seguido de 30,4% de posts fixos. No período analisado não houve carrosséis dentro desta categoria. Falando especificamente sobre a forma como o conteúdo de humor é estruturado, notamos que esses posts consistem em brincadeiras e piadas ligadas a estudo ou a temáticas sobre vestibular, no entanto, não ensinam algo de fato e não possuem o aprendizado como foco principal. Foi por esse motivo que essas publicações não poderiam se enquadrar no macrotema conteúdos educativos e foram consideradas em humor. Aqui, ao abrirmos esse macrotema, também tivemos a oportunidade de

fazer uma subdivisão mais detalhada de humor, na qual foram consideradas as seguintes temáticas secundárias: *trends*, *memes* e *entretenimento*.

Podemos afirmar que no período analisado 52,3% dos conteúdos de humor são *trends*, seguido de 30% de *memes* e 21,7% conteúdos de *entretenimento*.

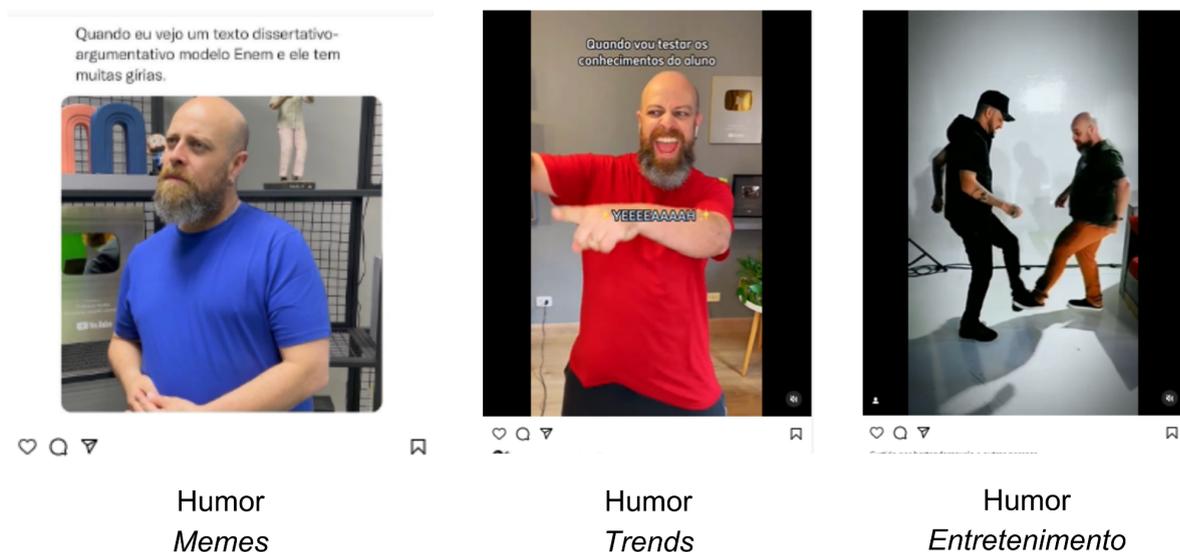


Imagem 6 - Representação de posts que foram classificados dentro do macrotema “Humor”

Em relação às motivações, 65% dos posts de humor tiveram como intuito o fortalecimento da comunidade, seja por meio do riso, ou pelo reconhecimento de uma pauta em comum: as alegrias, tristezas e dificuldades vividas pelos vestibulandos. Na sequência, 26% dos conteúdos foram motivados pela expansão do público para além da bolha da educação. Esses posts estão muito ligados ao que o próprio Noslen disse: surfar nas trends do momento para atrair outros públicos, que também possam vir a se interessar pelo conteúdo produzido pelo influenciador. Vale citar que 4,3% dos conteúdos tiveram como motivação a construção de reputação, como por exemplo o vídeo em que ele entra na trend em que compartilha todos os papéis exercidos por ele: professor, influenciador, youtuber, “professor das dancinhas” e por aí adiante. A motivação de reconhecimento de pares também correspondeu a 4,3% dos conteúdos de humor e, neste caso, correspondeu a uma publicação em parceria com outra educadora da área de libras, mas em formato descontraído.

c) Na Mídia

Neste macrotema as publicações foram 62,5% em vídeo, 27,5% post fixo e 10% corresponde a carrosséis. Detendo 32,5% dos posts, *participação especial* foi a temática secundária mais presente, sendo aqui contempladas entrevistas, participações do professor em programas, quadros e webséries. Logo na sequência, houve 30% de *publicidades* e 20% de *eventos*. Além disso, 12,5% dos posts foram classificados na categoria *metas do canal* e 5% foram *collabs* com outros perfis.



Na Mídia
Participação especial



Na Mídia
Publicidade



Na Mídia
Eventos



Na Mídia
Metas Batidas



Na Mídia
Collab

Imagem 7 - Representação de posts que foram classificados dentro do macrotema “Na Mídia”

A principal motivação observada nos posts do macrotema *na mídia* foi construção de reputação (40%). Em seguida, aparece a motivação de influência direta (30%). O reforço da popularidade do professor influenciador foi a motivação de 12,5% dos posts dessa categoria no período analisado. Além disso, expansão do público, conteúdo de autoridade e reconhecimento de pares foram motivação de 5%

das publicações cada. Por fim, apenas 2,5% teve o objetivo de fortalecimento da comunidade.

d) Lifestyle

Nesta categoria, os vídeos e os posts fixos concentraram 47,3% dos conteúdos cada. Em menor proporção, 5,2% das publicações foram carrosséis. A principal temática secundária foi *vida pessoal*, que deteve 42% dos posts dentro do período analisado. Em segundo lugar, aparecem as publicações sobre *datas comemorativas*, que representam 31,6% dos posts classificados dentro de lifestyle. Por último, está a categoria *entretenimento*, com 26,5% dos conteúdos.

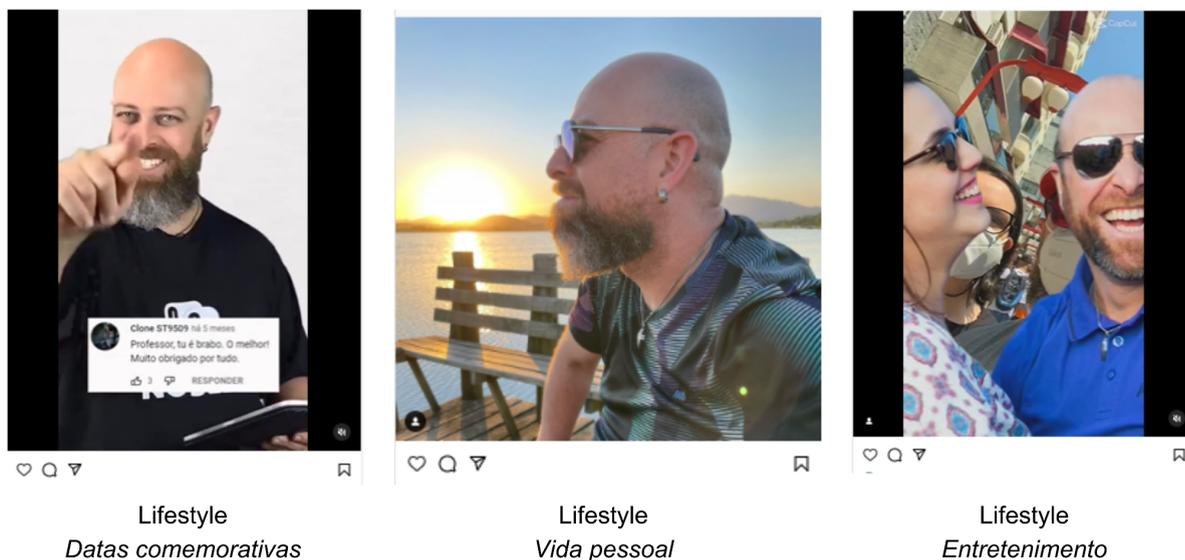


Imagem 8 - Representação de posts que foram classificados dentro do macrotema "Lifestyle"

Apenas três das sete motivações aqui consideradas foram registradas no macrotema "Lifestyle". São elas: construção de reputação, que se fez presente em 63,1% dos conteúdos; fortalecimento de comunidade, com 26,3% dos conteúdos e, por fim, influência direta, que representa 10,5% dos posts da categoria.

2.2.3 Análise geral

Após a classificação detalhada do conteúdo veiculado ao longo do ano de 2022, é possível presumir que o Instagram do professor Noslen tem como principal função não só fortalecer a comunidade que já o acompanha, mas também é um meio de expandir seu público, seja pelo conteúdo educativo atrelado ao humor ou mesmo pelo humor por si só. Ainda que Noslen "surfe nas ondas do momento" para

que seu conteúdo possa viralizar e alcançar mais pessoas, vale citar que o humor é uma característica intrínseca dele. Isso porque antes mesmo das trends ou dancinhas de Tik Tok existirem, seu conteúdo já era bem humorado, descontraído, e pensado para ser entregue ao usuário de forma irreverente.

Esses elementos, ao serem combinados com os textos que acompanham os posts, que muitas vezes abrem espaço e incentivam os usuários a interagirem com a conta, despertam o sentimento de pertencimento. Ou seja, assim como as influenciadoras de moda se tornam as melhores amigas de suas seguidoras, Noslen, por meio da relação que constrói com seus alunos no Instagram, assume o papel daquele professor parceiro, que acompanha o aluno do começo ao fim de sua trajetória, seja esse desfecho a aprovação em um concurso, em um vestibular, ou mesmo a finalização do ensino médio. Isso é complementado pela constância de novos conteúdos com a qual ele alimenta sua rede e do reforço quase que diário da mensagem que ele pretende transmitir à sua comunidade.

Construir reputação na rede - independente da escolha discursiva, pelo viés da personalidade ou da expertise, por exemplo - é resultado de um trabalho diário, da legitimação não apenas da prática, mas de um gênero discursivo, uma condição de produção de um discurso, uma formação discursiva que define quais serão as regras norteadoras daquele espaço. (KARHAWI, 2020. p.114)

Ao lado disso, ao fazer conteúdos colaborativos, com a participação de outros influenciadores de seu nicho, ele contribui para que essa rede continue sendo construída e, indiretamente, também é algo que auxilia na sua construção de reputação, em sua influência no nicho e também reforça sua popularidade.

Ao construir esse espaço de aprendizado seguro e descontraído, Noslen consegue ainda atrair os usuários para que possam assistir suas aulas completas no YouTube, ou mesmo para sua plataforma de cursos pagos, o Clube do Noslen.

2.3 Questionário

Para que fosse possível entender como se dá a receptividade do conteúdo dos professores influenciadores por parte dos pré-vestibulandos, foi aplicado um questionário com perguntas de múltipla escolha e outras perguntas abertas.

Muitos caminhos foram testados para a aplicação dessa pesquisa. A princípio, a ideia era que apenas seguidores do professor Noslen a respondessem. Assim,

para que a seleção fosse mais assertiva, foram contatados via inbox do Instagram 60 usuários que fizeram algum comentário em um post sobre o Enem, considerando que, no perfil dele, muitos dos seguidores são concurseiros e não vestibulandos. No entanto, a adesão foi baixa. Apenas três pessoas desse grupo selecionado responderam, algumas questionaram sobre a possibilidade do link ser vírus e a maioria sequer visualizou a mensagem.

Com essa rejeição assinalada, buscou-se novos caminhos para além do perfil do Noslen, A pesquisa foi então divulgada nos seguintes grupos do Facebook: Vestibulandos 2023-2024; Vestibulandos do Brasil; Vestibulares; Enem e Vestibulares e Unicamp. Para garantir que a pesquisa fosse de fato respondida apenas por vestibulandos, foi acrescentada a seguinte primeira pergunta como filtro: “Você está se preparando para o ingresso no ensino superior?”. Caso o respondente assinalasse “Não”, a pesquisa daria como finalizada ali mesmo. Na sequência, o questionário também foi divulgado nos seguintes grupos do Telegram: Foca na Vaga - Enem e Vestibulares; Enem 2023 e Estudos Fuvest.

Com essa divulgação, no total, o questionário contou com 33 respondentes. Além da pergunta filtro citada acima, a estrutura do questionário contou com três seções: a primeira corresponde a perguntas sobre vivência estudantil; a segunda aborda hábitos de estudo e a terceira consiste em um questionário socioeconômico. A seguir, serão apresentados os insights obtidos a partir de cada uma dessas seções.

a) Perfil socioeconômico

No questionário aplicado, o perfil socioeconômico foi a última parte apresentada aos respondentes. Essa decisão foi tomada para que eles não se desgastassem, ou mesmo desviassem o foco ao longo do questionário. No entanto, para que possamos olhar para os dados obtidos já tendo em mente este panorama, aqui iniciaremos a exposição a partir do perfil socioeconômico.

No geral, a maior parte do público respondente possui de 19 a 25 anos (45,5%) e, na sequência estão os menores de 18 anos (36%). Uma pequena parcela afirmou ter de 26 a 29 anos (18%). Além disso, 73% dos respondentes se identificam com o gênero feminino, outros 24% se identificam com o gênero masculino e 3% preferem não responder a essa pergunta. Em relação à cor ou raça, 48,5% se identifica como branco; 30% como pardo; 18% como preto e 3% como amarelo.

Dos respondentes, apenas 33% exercem algum tipo de atividade remunerada. Outros 67% não trabalham. No total, pessoas de 15 diferentes estados participaram da pesquisa. A maioria pertence a São Paulo (42%), seguido de Minas Gerais (9%), Bahia (6%), Rio de Janeiro(6%) e Rio Grande do Norte (6%).

b) Vivência estudantil

Num panorama geral, podemos afirmar que os respondentes são em sua maioria pessoas que estudaram durante toda a vida em escolas públicas (54%), que hoje não frequentam nenhum tipo de cursinho pré-vestibular (54%) e que pretendem ingressar em algum curso da área de ciências biológicas (66%), seguido da área de humanas (27%) e, por fim, das exatas (6%).

Dentre os que frequentam cursinho (45%), 24% são particulares e os demais são gratuitos ou populares (21%). No entanto, sejam cursinhos de iniciativa privada ou particular, a maioria (60%) os frequenta no período da noite.

c) Hábitos de estudo

Ao serem questionados sobre os meios que utilizam para estudar, a resposta mais frequente foi YouTube de professores influenciadores (85%). Na sequência, disseram livros didáticos (67%), aulas regulares de cursinho (54,5%) e em quarto lugar aparece por meio do Instagram (42%). Em quinto lugar, aparecem filmes, séries e documentários (21%). Como essa era uma pergunta de múltipla escolha aberta, algumas outras respostas únicas apareceram, como aulas regulares da escola, apostilas em PDF, grupos de estudo, refeição de provas anteriores, aplicativos de estudo e internet de forma geral.

Além disso, 88% disse julgar consideravelmente relevante os conteúdos educativos do Instagram entregues pelos professores influenciadores, ou seja, são conteúdos que, para eles, complementam os ensinamentos dados em aula, mas não são suficientes por si só. Outros 6% alegam que esses conteúdos são seu principal meio de estudo e a mesma parcela respondeu que não os julga relevantes, ou seja, esses conteúdos não contribuem em nada para seu aprendizado.

Na sequência, foram introduzidas perguntas diretas sobre o impacto do conteúdo dos professores influenciadores para seu estudo. A grande maioria (51,5%) afirmou que o conteúdo dos influenciadores os ajudam a memorizar o

conteúdo aprendido em sala de aula. Na sequência, houve empate em duas respostas: 24% cada disseram que esses conteúdos os ajudam a exercitar o que aprenderam em sala de aula ou a propriamente aprender por meio do humor e do entretenimento. Deste público, 39% recorre diariamente ao conteúdo dos influenciadores da educação. Outros 24% consomem semanalmente, 18% disse consumir mensalmente e a mesma parcela respondeu consumir esporadicamente.

Em relação às características dos professores influenciadores que esses pré-vestibulandos acham mais importante, 36% dos respondentes afirmam que a linguagem bem humorada dos criadores de conteúdo contribui para seu aprendizado. Na sequência, 30% cita a didática utilizada pelos influenciadores como uma característica em destaque. Outros 18% disseram que a facilidade de acesso é um atrativo e 15% gostam do espaço de troca promovido por esses professores influenciadores.

Todos os respondentes afirmaram que acompanham professores influenciadores pelo YouTube, mas apenas 72% disse os acompanhar também pelo Instagram. Além das duas redes citadas acima, 28% afirma acessar o Tik Tok com função de estudo, 3% cita o Facebook e outros 3% o Spotify.

Inclusive, uma das perguntas abertas questiona os respondentes sobre os influenciadores que eles acompanham no nicho da educação. Aqui foram citados 39 influenciadores, sendo que os nomes mais frequentes nas respostas: Noslen (8), Ferreto (5), Débora Aladim (4) e Suzane Ribeiro (3). Na pergunta subsequente, específica sobre o professor influenciador aqui estudado, 78% afirmaram conhecer o professor Noslen de alguma rede social e outros 34% afirmaram nunca terem ouvido falar sobre.

Ainda que o público respondente tenha afirmado que o YouTube, ou as redes sociais de forma geral são seus principais meios de estudo, 53% disse que nunca comprou e que não compraria curso de um professor influenciador; 28% já compraram e outros 19% não compraram ainda, mas pretendem.

Por fim, a última questão da seção “hábitos de estudo” consiste em um espaço aberto para que, aqueles que desejassem, pudessem deixar um relato sobre a contribuição dos conteúdos dos professores influenciadores para suas jornadas enquanto pré-vestibulandos. Ainda que apenas quatro respostas tenham sido registradas nesta pergunta, os depoimentos nos ajudaram a entender a questão da

receptividade do conteúdo dos influenciadores digitais por parte dos estudantes. Dentre os quatro relatos, vale a pena destacar este a seguir:

O conteúdo gratuito disponível por influenciadores no Instagram foi e ainda é uma ferramenta muito útil na minha jornada de estudos, pois aprendo dicas sobre os conteúdos, como se planejar/organizar, como estudar certo, como resolver mais rapidamente as questões, entre outras dicas que me auxiliam. Para mim é uma ótima forma de aprendizado no tempo livre se for com qualidade, rápida, esquematizada, objetiva e melhor ainda se for bem explicada e com boa didática, ainda mais que o estudante não possui muito tempo disponível para ficar olhando ou lendo muitas coisas no Instagram.

No depoimento acima, é possível observar como as redes sociais o auxiliam em seu processo de estudo, não apenas a partir do conhecimento das disciplinas propriamente ditas, como também na organização de seus estudos e também como meio de se informar sobre provas e assuntos em alta no momento.

Outro ponto citado pelo pré-vestibulando e que também se repete nos demais relatos é a questão da facilidade que o conteúdo no Instagram oferece para aqueles que não dispõem de muito tempo livre. Ou seja, as redes enquanto ferramenta de aprendizado também possuem como ponto positivo a praticidade que oferecem aos usuários.

2.3.1 Análise geral

Ainda que apenas 33 pessoas tenham respondido ao questionário, ele contempla respondentes com realidades distintas: que conciliam trabalho com estudo, ou mesmo que só estudam no momento, que vieram de escolas particulares ou mesmo do ensino público, que contam com o respaldo de um cursinho, seja ele popular ou não, ou que estudam por conta, a partir dos aparatos que possuem a sua disposição.

Em resumo, foi possível entender que a receptividade do público é positiva. A maioria julga o conteúdo dos professores influenciadores relevantes para seu aprendizado, é capaz de complementar o conteúdo aprendido em aula por aqueles que fazem cursinho e são suficientes para aqueles que estudam por conta. Esse impacto se dá principalmente pela linguagem didática e descontraída usada pelos influenciadores do nicho da educação e, o YouTube e o Instagram são as principais redes pelas quais esses conteúdos são acessados, inclusive, pela maior parte dos respondentes, esse acesso acontece diariamente.

3. Considerações finais

O presente artigo demonstrou que as redes sociais possuem potencial enquanto locus para o aprendizado de pré-vestibulandos, uma vez que, ao disponibilizar meios para a circulação de conteúdos em prol da aprendizagem desenvolvidos por referências da área educacional, contribuem para o acesso à educação não-formal. Isso se reforça ao sabermos que os estudantes, sejam eles frequentadores de cursinho ou não, em sua maioria, utilizam o Instagram e o YouTube com a finalidade de aquisição de conhecimento diariamente.

Ao trabalharmos com a metodologia da triangulação metodológica, foi possível entender como se dá a circulação da influência no ambiente digital no nicho da educação, compreendendo aqui desde a estratégia de enunciação do produtor de conteúdo - os professores influenciadores - até a forma como essa comunicação é vista pelos receptores - considerados aqui os pré-vestibulandos. Foi possível compreender que essa é uma relação de troca satisfatória a partir do momento que a intenção dos professores influenciadores de oferecer conteúdos com linguagem didática e descontraída liquida as necessidades dos estudantes, que buscam praticidade e acesso em suas rotinas de estudo.

Ainda que o professor Noslen tenha como intenções secundárias direcionar os usuários para a possível compra do seu curso hospedado em plataforma paga, isso não anula todo o material de qualidade completo e gratuito que ele disponibiliza em suas redes para pré-vestibulandos de todo o Brasil, muitos dos quais contam apenas com esses conteúdos disponibilizados na internet para se prepararem para provas como o Exame do Ensino Médio.

Uma das principais dificuldades desse trabalho foi impactar virtualmente o público pré-vestibulando para que respondesse ao questionário. Mesmo com uma pequena amostragem de respondentes, futuramente, quando houver a oportunidade de aprofundamento dessa pesquisa, sugere-se que esses estudantes sejam contatados para que, a partir de uma conversa mais detalhada, seja possível compreender suas percepções em relação ao conteúdo dos professores influenciadores.

Referências bibliográficas

AFONSO, A. J. **Sociologia da educação não-formal: reactualizar um objecto ou construir uma nova problemática?** In: A. J. Esteves, S. R. Stoer. A Sociologia na Escola Porto: Afrontamento, 1989.

BOURDIEU, Pierre. **Escritos de Educação** / Maria Alice e Afrânio Catani (organizadores) – Petrópolis, RJ: Vozes, 1998, 2ª edição

CASTELLS, M. **A revolução da Tecnologia da Informação.** In. A Sociedade em Rede. Tradução/ Roneide Venâncio Marjer. São Paulo: Paz e Terra, 2011.

CRUZ, M. **A mídia e os formadores de opinião no processo democrático.** Ponto-e-vírgula, Revista de Ciências Sociais. [S.l], n.9, mar.2011. Disponível em: <https://goo.gl/3DLQS7>. Acesso em 22 de maio de 2023.

DENZIN, N.K.; LINCOLN, Y.S. 2006. **O planejamento da pesquisa qualitativa.** Porto Alegre, Penso, 432 p.

DUARTE, Teresa. **A possibilidade da investigação a 3: reflexões sobre triangulação (metodológica).** 2009. v. N. ° 60/2009, Dissertação (Mestrado) - Curso de Sociologia, Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa (ISCTE), CIES e-WORKING PAPER , 2009.

FARIAS, Isabel Maria Sabino de. **Didática e docência: aprendendo a profissão.** Fortaleza, CE: Liber, 2008.

FREIRE, Paulo. **Tecnologias na Educação.** (2001)

GASPAR, A. **A educação formal e a educação informal em ciências.** In: Luisa Massarani, Ildeu de Castro Moreira e Fatima Brito. (Org.). Ciência e público: caminhos da divulgação científica no Brasil. 1ªed.Rio de Janeiro: Casa da Ciência - Centro Cultural de Ciência e Tecnologia/UFRJ, 2002

HOUAISS, Antônio & VILLAR, Mauro Sales. **Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa**. 1ª ed. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001. p.1100-1101.

IBEST. Prêmio iBest!. **O maior prêmio do Brasil**. 2022. Disponível em: <https://app.premioibest.com/resultados/2021/influenciador-pr>. Acesso em: 22 mai. 2023.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

KARHAWI, Issaaf. **De Blogueira a Influenciadora: Etapas de profissionalização da blogosfera de moda brasileira**. Brasil: Editora Sulina, 2020.

KARHAWI, Issaaf. **Influenciadores digitais: conceitos e práticas em discussão**. In: Revista Communicare, v. 17 - Edição especial de 70 anos da Faculdade Cásper Líbero, 2017

LEMOS, André. **Cibercultura, cultura e identidade: em direção a uma “Cultura Copyleft”?** Contemporânea. v. 2. n. 2. P. 9-22. Dez/2004. Disponível em: . Acesso em: 20 set. 2022.

LIBÂNEO, José Carlos. **Didática**. 1. ed. São Paulo: Cortez, 1994.

LIBÂNEO, José Carlos. **Adeus professor, adeus professora? Novas exigências educacionais e profissão docente**. 10. ed. São Paulo: Cortez, 2007. Disponível em: <https://docplayer.com.br/17282282-Adeus-professor-adeus-professora-novas-exigencias-educacionais-e-profissao-docente-jose-carlos-libaneo.html>

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO. Portal do MEC. **A Base Nacional para formação do professor vai revisar cursos para conhecimento e valorização**. [S.l.]. Assessoria de Comunicação Social, 2018. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/component/tags/tag/bncc-professores>. Acesso em: 23 mai. 2023.

META. Investor FB. **Meta Earnings Presentation Q1 2022**. Disponível em: https://s21.q4cdn.com/399680738/files/doc_financials/2022/q1/Q1-2022_Earnings-Presentation_Final.pdf. Acesso em: 20 mai. 2023.

MOTA, M. F.; DE MELO, L. J. F.; ANDRADE, D. de C. M. **Seria o educador um digital influencer para a difusão de saberes na cultura ciber?** In: ENCONTRO REGIONAL NORTE-NORDESTE DA ABCIBER, 2., Anais, 2020.

MOURA, Ingrid Louback de Castro. **A Didática como campo teórico-prático: percepções de pedagogos em formação e em atuação**. 2015. Orientadora: Silvia Elizabeth Miranda de Moraes. Tese (Doutorado em Educação) – Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, CE, 2015.

SHIRKY, C. **A Cultura da Participação: criatividade e generosidade no mundo conectado**. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

APÊNDICE A - Transcrição da entrevista com Noslen Borges

ENTREVISTA NOSLEN BORGES

Kátia Appolinário: [00:00:03] Bom, só pra explicar para você. Meu nome é Kátia, eu sou estudante do curso de pós-graduação em Mídia em Informação e Cultura pela Universidade de São Paulo e a minha pesquisa final, na verdade tem o intuito de entender os hábitos de estudo dos pré-vestibulandos. Você é uma das minhas maiores referências como influenciador do nicho da educação, então, acho que nada mais faria mais sentido do que ter essa conversa com você. O meu intuito é entender não só o lado de quem produz o conteúdo, mas também dos receptores, e aí eu queria que você falasse pra mim um pouquinho sobre isso. Eu li várias entrevistas suas, assistiu o TEDx e eu vi que você fala que o estalo que você teve para começar a produzir conteúdo foi conseguir ter acesso a esses alunos que já estavam ali naquela realidade digital, né? Presos no celular, smartphone. Eu queria entender qual foi o principal desafio nessa transição e para conseguir de fato atingir os alunos com conteúdo digital.

Noslen Borges: [00:01:01] Olha, eu acho que pensando no principal desafio assim dessa transição, foi aceitar que quem estiver do outro lado e aceitar o que eu estava entregando, por exemplo, quando eu era professor de sala de aula, você está olhando nos olhos do alunos, teu feedback. Na hora você consegue perceber se o aluno está entendendo o que você está dizendo ou não. E quando você está gravando uma aula, você não tem esse feedback, então você precisa acreditar que aquilo que está entregando vai chegar no outro, vai, vai encontrar o outro. Então acho que esse foi o maior desafio que eu tive, porque como eu sou um cara que gosta muito das relações, a de estar olho no olho, próximo das pessoas que eu acho que é a vibe do professor, essa de poder estar perto das pessoas e poder perceber essa mudança do olhar, de quando a pessoa entende alguma coisa, a pessoa sabe. “Ah, entendi o que você está dizendo”. E então, quando você vai para a internet, você tem uma câmera, tem uma lente te olhando e você precisa acreditar que aquela lente, o que você está dizendo para aquela lente vai chegar no outro, tá do outro lado. Então acho que para mim foi o principal desafio acreditar que o jeito que eu estava ensinando na câmera ia funcionar para quem estava sentado do outro lado. Para aquelas pessoas, não só do outro lado. Esse foi o maior desafio, Com toda certeza. Sim. E eu levei um tempo para acreditar que estava acontecendo. Eu só comecei a acreditar que estava dando certo quando comecei a ter feedback das pessoas por comentários nos vídeos, as pessoas mandando recados ali dizendo "poxa, entendi esse conteúdo. Há muito tempo que eu estudo esse conteúdo, nunca tinha entrado na minha cabeça. Mas essa explicação agora com esse viés, me ajudou a entender. Então eu só comecei a perceber que tinha dado certo por eu conseguir os feedbacks das pessoas. Então esse foi o maior desafio, com toda certeza sim nesse processo. E desculpa a pergunta, esqueci, tenho TDH.

Kátia Appolinário: [00:02:44] É mais pra entender mesmo quais foram os desafios dessa transição para atrair os alunos.

Noslen Borges: [00:02:48] Alunos na transição também, né? E assim... a transição foi muito devagar, no meu caso foi. Eu fui bem devagar, sabe? A longo, longo prazo mesmo. Comecei a postar vídeo em 2016. Eu só comecei a ficar 100% na internet em 2022, então foram seis anos aí nesse processo, bem devagar mesmo, porque eu precisava perceber que tinha dado certo o projeto da internet, pra poder ir largando o presencial e não foi nenhum “largando”, na verdade meio que a internet foi me engolindo aos poucos, porque a internet vai exigindo cada vez mais de você. Quanto mais você entregar conteúdo para as pessoas, mais elas querem. Então, quanto mais elas queriam, mais eu me via. Eu me vi na

necessidade de entregar e entregar e entregar em conteúdo, conteúdo. E para produzir isso, eu comecei a ter que me dedicar mais à internet e aos poucos, largando o presencial. Obviamente também que tem outro lado, o lado financeiro. Então, a partir de que começou a equiparar as coisas, vir da internet, do que eu recebia no presencial, então eu fui soltando aos poucos. Então eu trabalhei já quando comecei a fazer vídeo, dava aula em sete lugares, e aí era uma maluquice mesmo. Então dava aula manhã, tarde, noite, de segunda a sábado, essa era minha vida. E domingo eu corrigia prova e preparava o material da semana seguinte. E essa era a minha vida nessa época. E aí, quando eu começou a ter algum tipo de retorno na internet, tipo não vou retornar o que eu ganhava em uma instituição, então eu largava uma instituição para ficar mais com a internet. Então fui bem devagarzinho mesmo. Agora está entrando aqui o valor de duas direções, largava duas. Fiquei lá com quatro instituições e a internet então foi bem devagarzinho, até o momento em que eu parei pra perceber. Floripa minha maior renda já está vindo da internet, então acho que deu certo O projeto agora tem que acreditar nele e investir nesse projeto aqui. Então foi bem devagarzinho esse processo todo e foi muito, muito pensado também. É muito pensado, porque todos os dias eu falo isso até para minha esposa, eu falo “quando eu acordo de manhã, o que é que sobrou de mim do dia de ontem? Ah, sobrou um professor,” Beleza? Então tô no caminho certo, ainda que o dia que eu acordar no dia seguinte e falar o que sobrou de mim, ah, não sou um influenciador ou sei lá, não tem mais. Se não tiver internet, não sou ninguém, não. Peraí, Então eu me perdi em algum momento. Eu não posso parar. Se quer ser professor, ser educador. Por mais que hoje faça várias coisas, eu sou influenciador de educação, Sou, sou professor, sou, sou um micro empresário, sou também sou um palestrante, sou também sou um comunicador, Sou também. Mas eu nunca posso perder o meu, a minha essência, que é ser professor, que é ensinar, que é ser um facilitador da língua portuguesa. Então, se eu em algum momento perder isso, eu me perdi no caminho e não percebi. Então eu peço que minha esposa sempre me dá um tapa na careca para eu acordar se eu te vejo por dentro do caminho, então acho que isso foi importante também. Então essa transição foi bem pensada, com muita calma e devagarzinho. Até porque no começo, quando eu olhava para trás e falava não, eu já via muitos professores vivendo da internet, falava não, comigo isso não vai acontecer. Imagina, eu trabalho em sete lugares da onde eu vou viver de internet, então para mim era impossível e hoje já é totalmente possível. Então foi um foi bem a longo prazo mesmo assim, e foi meio natural, até porque quanto mais exigindo a internet para mim, eu fui me vendo também, mais de cabeça nisso, entregando mais conteúdo e aí eu acabei fazendo essa transição.

Kátia Appolinário: [00:06:07] Entendi. Que legal! E assim, é muito tempo produzindo conteúdo já desde 2016. Se for considerar isso. Como é que você faz para entregar o conteúdo sem cair numa mesmice ali no dia a dia? Sempre, sei lá, tem uma uma estruturação de editoria que vocês pensam. Como funciona esse planejamento mesmo?

Noslen Borges: [00:06:28] O que acontece hoje, eu tenho que estar muito ligado no que está contando nas redes, porque a gente sabe que cada rede funciona de um jeito e o YouTube funciona de um jeito, o Instagram funciona de outro. Chegue o toque de outro Twitter funciona de outra forma, o Facebook funciona de outra forma. Então, assim a gente tem que estar ligado no que está acontecendo em cada rede e no que acontece em cada rede. A gente tenta pegar aquele hype daquela rede e produzir algo relacionado com a língua portuguesa, Porque assim, em relação a aulas, hoje, se você entrar no YouTube, tem tudo de aula de língua portuguesa. Lá, pelo menos o básico está lá. Eu tenho um conteúdo aprofundado no meu site, o clubedonoslen.com.br Aí eu tenho conteúdo aprofundado, mas o básico já está nas redes. Então é tudo por aí. O que eu estou fazendo agora? Eu tô fazendo releituras daquelas aulas em forma de abordagem com o cotidiano, então eu tento pegar o conteúdo lá. Eu falei sobre concordância nominal, eu pego esse conteúdo e tento abordar no que está acontecendo. Sei lá, tá rolando um meme, então eu tento trazer o conteúdo da língua portuguesa para abordar naquele meme. Ah, tá o hype de um filme. E eu tento fazer

essa amarração com o filme ou criar alguma coisa em cima daquilo, sempre tentar pegar carona no que está acontecendo no momento, no que está bombando no momento e adaptando a língua portuguesa porque eu consigo e tento fazer isso, enxergar a língua portuguesa em tudo. Nós, que somos nativos da língua portuguesa, a gente está com a língua portuguesa em tudo. Então, se tem alguma coisa bombando, hypado, com certeza tem língua portuguesa ali, ou porque está usando o denotativo ou o conotativo, as figuras de linguagem, enfim, eu sempre tento amarrar com essas peças coisas do cotidiano da internet. Então não tem uma editoria, né? Ao mesmo tempo tem porque quem dita isso é a própria rede. Se a galera da rede está bombando um hype até de dancinha, tá rolando a dancinha do churrasco lá, não sei o que, vai lá, faz a dancinha e coloca a língua portuguesa no meio. Ah, rolou a música do Léo Santana lá, que bombou no carnaval, vai lá, faz a dança do Léo Santana, mas a língua portuguesa está no meio. Então, sempre a ideia é tentar fazer isso mesmo, de pegar o que está acontecendo, porque querendo não, você entra nessa... nesse hype do momento ali e consegue levar a língua portuguesa junto, óbvio, em forma de dica, não é uma aula, mas é tentando mostrar aquilo que já tem em forma de aula contextualizada, para o cotidiano das pessoas.

Kátia Appolinário: [00:08:45] Então o conteúdo social acaba sendo um meio para levar o usuário para o YouTube também?

Noslen Borges: [00:08:51] Mas hoje é muito mais, até para as pessoas me conhecerem e apresentar o meu produto de site. É muito mais para tentar trazer as pessoas pro Clube do Noslen porque querendo ou não, o Clube do Noslen é a minha empresa, onde eu tenho ali também o ganha pão, eu entrego o conteúdo mais aprofundado. As aulas são diferentes das aulas do YouTube, eu regravei todas as aulas, aprofundei todas as aulas, entrego o material didático junto, eu entrego correção de redação, eu entrego monitoria. Então eu entrego um curso de português completo ali para as pessoas que querem estudar. Então, primeiro eu tenho duas vertentes, eu digo, que uma é a vertente “influenciador” que eu posso fazer influência com marcas e outras coisas que fica nas redes sociais; e outra é a vertente do “professor empreendedor”, que aí entrega um curso de português completo pra quem tá estudando tanto para concurso, vestibular e até para ensino fundamental dois, e aí as pessoas podem adquirir o curso lá também. Então eu tenho esses dois braços hoje, o braço influenciador e o braço professor empreendedor.

Kátia Appolinário: [00:09:50] E essa pegada mais descontraída das trends, até das dancinhas, você acha que ajuda a atrair um público específico para os seus canais?

Noslen Borges: [00:09:59] Eu acho que ajuda a pelo menos despertar uma curiosidade de um público. O público que me conhece já está comigo em várias redes, então ele já me acompanha e já espera isso de mim. Ele já espera que eu entre na trend fazendo uma dancinha e enfim, o meu público já espera isso. O público que não me conhece vai olhar e vai pensar "o que esse careca barbudo está rebolando aqui falando de o uso do por quê? Como assim?" E a pessoa cria uma curiosidade e eu recebo um público que não é o público específico que está estudando porque o nicho da educação, as pessoas do nicho educação já me conhecem, porque no momento de digitar alguma coisa de português no Google eles me encontraram de alguma forma. Porque hoje, graças a Deus, se digitar lá "substantivo" entre as três primeiras recomendações, já aparece alguma coisa minha. Então, o público que estuda já me conhece naturalmente. Óbvio, não vou dizer que todos, tem bastante que não conhece ainda, mas, de modo geral, as pessoas acabam cruzando comigo, mais cedo ou mais tarde, quem está estudando. Mas quando eu entro na trend, eu entro num público que talvez esteja fora da bolha educação. E esse público está fora da bolha da educação, não necessariamente... não é porque ele não estuda que ele não tem ninguém que ele conheça que não estude. Então, por exemplo, uma pessoa que tem às vezes um primo que está estudando, ou o fulano ciclano que é vizinho, que está estudando, ele pode me apresentar, assim como ele pode me conhecer também. Enfim. Então acho que a trend me

ajuda a sair um pouco da bolha de educação e a manter a galera que já está comigo. Acho que tem uns dois movimentos, um é sair um pouquinho fora da bolha e o outro de manter quem já está ali, que já está esperando por isso. Essas minhas loucuras aí.

Kátia Appolinário: [00:11:28] A gente acaba fomentando essa movimentação, né?! Legal.

Noslen Borges: [00:11:30] Isso! Faz a movimentação e a comunidade que já tá ali, já, já comenta, já curte aquela coisa toda. Então acho que tem os dois as duas coisas.

Kátia Appolinário: [00:11:40] Entendi. E assim, tomando como base o conteúdo que você entrega hoje, não só Instagram, mas nas redes de forma geral, vamos supor, seria possível eu me preparar para um vestibular sem um cursinho, só me baseando mesmo com conteúdo online?

Noslen Borges: [00:11:54] Com certeza. Tem muita gente que faz isso. Tem muita gente que fala "professor, não tenho dinheiro para comprar o seu curso, mas eu estou estudando pelo seu YouTube". "O seu YouTube me ajudou a melhorar a minha nota que estava lá em língua portuguesa de quatro para oito". Então assim, eu já tenho muitos comentários assim. Então eu tenho certeza absoluta que pessoas que não tem condições nenhuma de pagar cursos conseguem dar pelo meu material online, 100% online, e inclusive passaram no vestibular, ENEM, concursos que isso já tem até comentários nos próprios vídeos lá, a galera comentando isso. Então você fala que é querendo, não tem um trabalho social, esse é um trabalho social que eu consigo fazer, é paralelo com o trabalho, que também é o meu trabalho específico lá no Clube do Noslen. Então com certeza o meu YouTube, meu Instagram e o Tik Tok tem uma função social muito grande. Obviamente que, eu acho que nesse quesito de estudo, o YouTube é mais forte porque tem uma aula mais completa. No Instagram e no Tik Tok são dicas, né? Acabam dando dicas de língua portuguesa. Não consigo dar uma aula de português, então eu faço dicas e aí sim, essas duas redes para quem quiser estudar, eu tenho um direcionamento para quem quer estudar lá no YouTube, aí a pessoa pode ir no YouTube lá e tem o conteúdo mais... Mais completinho.

Kátia Appolinário: [00:13:04] Entendi. Saiu uma pesquisa do TIC Educação falando que 88% dos estudantes do ensino médio no Brasil já se baseiam em vídeos de YouTube como uma ferramenta mesmo de aprendizado. Você acha que a tendência é que isso se aprofunde cada vez mais inicialmente e que torne uma tendência a ponto de substituir a sala de aula?

Noslen Borges: [00:13:26] A sala de aula nunca vai ser substituída. Jamais. Porque existe uma coisa que ocorre na sala de aula que não ocorre na internet, que é a sociabilização, viver em sociedade. Porque a escola é isso, é uma mini sociedade. Você aprende a ganhar, a perder, o direito do outro, o seu direito. Então não existe nada que vá substituir a escola, não tem como a escola acabar. Mas esse hibridismo que está rolando, que são as pessoas estudando online e também estudando presencial, juntando as duas coisas, isso a tendência é só aumentar, eu tenho certeza disso. A pandemia veio acelerar isso, porque o que a pandemia fez foi adiantar os dez anos em relação a essa... esse hibridismo de estudo, porque tinham poucas pessoas que estavam estudando a internet também estudavam no presencial. Agora a coisa mudou. Durante um tempo, todo mundo, em todos os lugares, ao mesmo tempo. Então, a pandemia teve muita coisa ruim, mas também teve esse outro lado que eu vejo que é positivo, de juntar um pouco mais, que é o grande lance. Acho que as pessoas vão conseguir aprender melhor quando juntar o presencial com o online, porque a dinâmica de aula online é diferente da dinâmica de aula presencial. Dinâmica de aula presencial é outro ritmo, é outro tipo de exposição. No online tem outras coisas, é uma dinâmica muito mais objetiva. A abordagem é diferente, a linguagem é diferente. Então, quando a gente soma essas forças, a gente consegue melhorar bastante a maneira de

estudar. Por isso que tem esses índices tão grandes aí. Então assim, a escola nunca será substituída. Nunca, jamais e nem espero que seja mesmo porque a função da escola vai além da só exposição de aula. É muito mais do que só exposição de aula. Exposição de aula por exposição de aula, você encontra em qualquer lugar. Mas a relação humana que tem dentro da escola, as relações de aprendizagem do cotidiano, da sociabilização, da construção social, do ser humano e do cidadão que está na escola, só acontece na escola. Porque senão ele vai ter que aprender na marra dentro da sociedade e aí vai ser engolido pelo mundo. Então não tem condições. Então a escola jamais vai acabar. Agora, com certeza, a escola precisa também se reinventar um pouquinho na maneira de trabalhar a educação. Isso a gente já sabe que tem que acontecer. Mas juntando um pouco do que existe no online, com o que tem no presencial, pegando o que há de melhor nesses dois mundos para fazer uma coisa melhor ainda na entrega final.

Kátia Appolinário: [00:15:48] Agora só por curiosidade mesmo. Você sente falta da sala de aula?

Noslen Borges: [00:15:52] Eu sinto. Eu sinto falta porque eu gosto do contato. Como eu falei pra você no comecinho, né? O contato com as pessoas, esse dia a dia eu sinto falta, mas só disso também, porque a escola tem muita burocracia. Então imagina corrigir prova, fazer prova, preparar material, corrigir material, fazer redação, corrigir redação. Isso é muito desgastante. Então a burocracia da escola é muito chata, é muito chato, muito pesado. Tanto que eu falei pra você que eu ficava o domingo inteiro fazendo isso, toda a parte burocrática, mas o dar aula, estar em sala de aula, o dia a dia, isso era o que eu mais gostava de fazer. E é isso, com certeza eu sinto falta. E tanto que hoje, como que eu faço pra matar um pouco da saudade? Dando aula pelo Brasil. As pessoas me chamam pelo Brasil todo. Eu viajo o Brasil inteiro dando aulas presenciais. Eu mato um pouco ainda essa saudade. Mas não é a mesma coisa de escola que você pega uma turma no primeiro dia de aula, depois vai até o último dia de aula e entrega lá no vestibular é diferente. Mas com certeza disso eu sinto falta. Mais da burocracia, nem um pouquinho, nem um pouquinho.

Kátia Appolinário: [00:16:51] É basicamente isso mesmo que eu tinha aqui para conversar com você. Quería saber se tem algum ponto que você acha importante citar, que você queira ressaltar sobre todo esse processo e esse trabalho de educação mesmo nas redes.

Noslen Borges: [00:17:05] E eu acho que a gente precisa até desmistificar um pouquinho isso, porque durante muito tempo as pessoas olhavam para quem estava na rede social fazendo qualquer tipo de conteúdo como "Ah, o bobo da corte, o palhação, só brincadeira, ninguém entrega nada de decente na internet", e não é verdade. A gente está vendo que não é verdade, que tem muita coisa boa na internet. Óbvio que precisa saber peneirar, encontrar o que há de bom, mas que tem muita gente fazendo coisa boa é que professor da internet entrega o conteúdo de verdade na internet. Acho que já foi o tempo em que as pessoas olhavam as pessoas pela internet como um preconceito. Acho que não. Tem gente que não precisa mais ter esse tipo de preconceito. Pelo contrário, a gente tem que unir forças, como está acontecendo, juntar o presencial com o online para que a gente possa fazer a educação cada vez melhor e atingir cada vez mais pessoas. Porque acho que é isso que a internet permitiu também. Antes eu dava aula numa sala de aula com 50 alunos. Hoje não sei quantos milhões de alunos eu tenho lá assistindo meu conteúdo, então amplificou meu conteúdo e amplificou a minha voz de educador, de professor também. Então acho que tem que olhar dessa forma, para a internet e saber que a gente pode chegar muito mais longe. Atinge pessoas que jamais imaginou atingir.

Kátia Appolinário: [00:18:17] Que legal! Muito legal! Obrigada por compartilhar um pouquinho do seu tempo comigo. Com certeza foi muito produtivo, Vai me ajudar demais a desenvolver esse trabalho.

Noslen Borges: [00:18:27] Que bom! Obrigado! E depois, se tiver pronto, manda pra gente dar uma olhadinha, ver como ficou.

APÊNDICE B - Planilha com a classificação dos posts do Instagram do Noslen Borges

LINK DO POST	DATA	FORMATO	EDITORIA MACRO	EDITORIA SECUNDÁRIA	MOTIVAÇÃO DO CONTEÚDO
https://www.instagram.com/p/CYSHqyhJiyD/	03/01/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	HUMOR	FORTALECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/CYXRyWAJqX_/	05/01/2022	VÍDEO	NA MÍDIA	PUBLICIDADE	INFLUÊNCIA DIRETA
https://www.instagram.com/p/CYZmALzIpcZ/	06/01/2022	POST FIXO	NA MÍDIA	PARTICIPAÇÃO ESPECIAL	EXPANSÃO DE PÚBLICO
https://www.instagram.com/p/CYcMPZJpWqT/	07/01/2022	VÍDEO	NA MÍDIA	PARTICIPAÇÃO ESPECIAL	CONSTRUÇÃO DE REPUTAÇÃO
https://www.instagram.com/p/CYkRosDLRTL/	10/01/2022	CARROSSEL	CONTEÚDO EDUCATIVO	INFORMATIVO	CONTEÚDO DE AUTORIDADE
https://www.instagram.com/p/CYrtKQfJiEc/	13/01/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	ENTRETENIMENTO	FORTALECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/CYr4a_tJkv9/	13/01/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	HUMOR	FORTALECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/CY4EZTDJ-hp/	18/01/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	HUMOR	FORTALECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/CZH9XthJ87b/	24/01/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	OPORTUNIDADE	EXPANSÃO DE PÚBLICO
https://www.instagram.com/p/CZKS4ifuP_W/	25/01/2022	CARROSSEL	CONTEÚDO EDUCATIVO	OPORTUNIDADE	EXPANSÃO DE PÚBLICO
https://www.instagram.com/p/CZNPd5WM7Ye/	26/01/2022	CARROSSEL	CONTEÚDO EDUCATIVO	OPORTUNIDADE	EXPANSÃO DE PÚBLICO
https://www.instagram.com/p/CZPfFsquiCG/	27/01/2022	CARROSSEL	CONTEÚDO EDUCATIVO	OPORTUNIDADE	EXPANSÃO DE PÚBLICO
https://www.instagram.com/p/CZSlCHGp9IE/	28/01/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	ENTRETENIMENTO	CONTEÚDO DE AUTORIDADE
https://www.instagram.com/p/CZVATqhuJFA/	29/01/2022	CARROSSEL	CONTEÚDO EDUCATIVO	ENTRETENIMENTO	CONTEÚDO DE AUTORIDADE
https://www.instagram.com/p/CZb2Lg4Ool_/	01/02/2022	POST FIXO	CONTEÚDO EDUCATIVO	OPORTUNIDADE	EXPANSÃO DE PÚBLICO
https://www.instagram.com/p/CZc5OPxJ8Dq/	01/02/2022	VÍDEO	NA MÍDIA	PUBLICIDADE	INFLUÊNCIA DIRETA
https://www.instagram.com/p/CZefR8lusap/	02/02/2022	CARROSSEL	CONTEÚDO EDUCATIVO	OPORTUNIDADE	FORTALECIMENTO DE COMUNIDADE

https://www.instagram.com/p/CZfRjIcuch1/	02/02/2022	POST FIXO	HUMOR	MEMES	FORTALECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/CZh4JnWpbpm/	03/02/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	HUMOR	CONTEÚDO DE AUTORIDADE
https://www.instagram.com/p/CZSLKzHO-Af/	07/02/2022	CARROSSEL	CONTEÚDO EDUCATIVO	INFORMATIVO	CONTEÚDO DE AUTORIDADE
https://www.instagram.com/p/CZUNbyiOW61/	08/02/2022	POST FIXO	CONTEÚDO EDUCATIVO	OPORTUNIDADE	FORTALECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/CZxTJUjDINH/	09/02/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	HUMOR	FORTALECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/CZxqg6alhId/	09/02/2022	VÍDEO	NA MÍDIA	PARTICIPAÇÃO ESPECIAL	CONSTRUÇÃO DE REPUTAÇÃO
https://www.instagram.com/p/CZ0BxACDzId/	10/02/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	ENTRETENIMENTO	CONTEÚDO DE AUTORIDADE
https://www.instagram.com/p/CZ4XgSGOU_f/	12/02/2022	CARROSSEL	CONTEÚDO EDUCATIVO	OPORTUNIDADE	EXPANSÃO DE PÚBLICO
https://www.instagram.com/p/CZ9bPcqiWVv/	14/02/2022	VÍDEO	HUMOR	TREND	CONSTRUÇÃO DE REPUTAÇÃO
https://www.instagram.com/p/CaFMmsRug2z/	17/02/2022	CARROSSEL	CONTEÚDO EDUCATIVO	OPORTUNIDADE	EXPANSÃO DE PÚBLICO
https://www.instagram.com/p/CaFNeXwlK8W/	17/02/2022	POST FIXO	LIFESTYLE	VIDA PESSOAL	INFLUÊNCIA DIRETA
https://www.instagram.com/p/CaGDLecDhL/	17/02/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	ENTRETENIMENTO	FORTALECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/CalhSFvjJdm/	18/02/2022	VÍDEO	HUMOR	ENTRETENIMENTO	FORTALECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/CaPivpDugHB/	21/02/2022	CARROSSEL	CONTEÚDO EDUCATIVO	OPORTUNIDADE	EXPANSÃO DE PÚBLICO
https://www.instagram.com/p/CaS Oi1lucMj/	22/02/2022	POST FIXO	CONTEÚDO EDUCATIVO	OPORTUNIDADE	EXPANSÃO DE PÚBLICO
https://www.instagram.com/p/CaV VnyQOHsS/	23/02/2022	CARROSSEL	CONTEÚDO EDUCATIVO	OPORTUNIDADE	EXPANSÃO DE PÚBLICO
https://www.instagram.com/p/CaX NIM9DfHc/	24/02/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	HUMOR	FORTALECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/CaaktV ij7t/	25/02/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	ENTRETENIMENTO	CONTEÚDO DE AUTORIDADE
https://www.instagram.com/p/CacT M9UJK-e/	26/02/2022	CARROSSEL	CONTEÚDO EDUCATIVO	OPORTUNIDADE	EXPANSÃO DE PÚBLICO
https://www.instagram.com/p/Cakli Nou2Xl/	01/03/2022	CARROSSEL	CONTEÚDO EDUCATIVO	OPORTUNIDADE	EXPANSÃO DE PÚBLICO
https://www.instagram.com/p/Camt AFCOwc5/	02/03/2022	POST FIXO	CONTEÚDO EDUCATIVO	INFORMATIVO	CONTEÚDO DE AUTORIDADE

https://www.instagram.com/p/CapWacia60/	03/03/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	HUMOR	FORTALECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/Car02-budiG/	04/03/2022	CARROSSEL	CONTEÚDO EDUCATIVO	INFORMATIVO	CONTEÚDO DE AUTORIDADE
https://www.instagram.com/p/CauYdQju3JU/	05/03/2022	CARROSSEL	LIFESTYLE	DATAS COMEMORATIVAS	CONSTRUÇÃO DE REPUTAÇÃO
https://www.instagram.com/p/CazhY0cis4a/	07/03/2022	VÍDEO	HUMOR	ENTRETENIMENTO	FORTALECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/Ca4wQlaj-JN/	09/03/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	ENTRETENIMENTO	FORTALECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/Ca7bKHcDcFF/	10/03/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	ENTRETENIMENTO	FORTALECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/Ca-k6mXD-wd/	11/03/2022	VÍDEO	HUMOR	TREND	EXPANSÃO DE PÚBLICO
https://www.instagram.com/p/CbGX3GojrJr/	14/03/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	HUMOR	FORTALECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/CbI8DhcjXok/	15/03/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	HUMOR	FORTALECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/CbKfapVu-60/	16/03/2022	POST FIXO	LIFESTYLE	VIDA PESSOAL	CONSTRUÇÃO DE REPUTAÇÃO
https://www.instagram.com/p/CbOlSTNOfrs/	17/03/2022	CARROSSEL	CONTEÚDO EDUCATIVO	OPORTUNIDADE	EXPANSÃO DE PÚBLICO
https://www.instagram.com/p/CbQTHvrjeMz/	18/03/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	ENTRETENIMENTO	CONTEÚDO DE AUTORIDADE
https://www.instagram.com/p/CbQqk-0jEfG/	18/03/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	HUMOR	FORTALECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/CbYcYFIQJvE/	21/03/2022	POST FIXO	NA MÍDIA	METAS DO CANAL	REFORÇO DE POPULARIDADE
https://www.instagram.com/p/Cba5hJqpopi/	22/03/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	HUMOR	FORTALECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/CbdmyZwDVVT/	23/03/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	HUMOR	FORTALECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/Cbh-nvsDhB2/	25/03/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	HUMOR	FORTALECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/Cbqc0awiadR/	28/03/2022	VÍDEO	HUMOR	TREND	EXPANSÃO DE PÚBLICO
https://www.instagram.com/p/CbtE2CTDm2p/	29/03/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	HUMOR	FORTALECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/Cbvnhfl-ulOn/	30/03/2022	POST FIXO	CONTEÚDO EDUCATIVO	INFORMATIVO	CONTEÚDO DE AUTORIDADE
https://www.instagram.com/p/CbylvDdijOs/	31/03/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	HUMOR	FORTALECIMENTO DE COMUNIDADE

https://www.instagram.com/p/Cb0uJEXuVBB/	01/04/2022	CARROSSEL	CONTEÚDO EDUCATIVO	INFORMATIVO	CONTEÚDO DE AUTORIDADE
https://www.instagram.com/p/Cb5y1iFjXTa/	03/04/2022	VÍDEO	NA MÍDIA	PARTICIPAÇÃO ESPECIAL	CONSTRUÇÃO DE REPUTAÇÃO
https://www.instagram.com/p/Cb8fJEZDCRg/	04/04/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	HUMOR	FORTELECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/CcA20myD-eh/	06/04/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	HUMOR	FORTELECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/CcEELE9DM8X/	07/04/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	ENTRETENIMENTO	CONTEÚDO DE AUTORIDADE
https://www.instagram.com/p/CcENoXJNpAe/	07/04/2022	CARROSSEL	CONTEÚDO EDUCATIVO	ENTRETENIMENTO	FORTELECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/CcGwfiMZO-Nt/	08/04/2022	POST FIXO	NA MÍDIA	PARTICIPAÇÃO ESPECIAL	CONSTRUÇÃO DE REPUTAÇÃO
https://www.instagram.com/p/CcOb7CVj0RL/	11/04/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	ENTRETENIMENTO	EXPANSÃO DE PÚBLICO
https://www.instagram.com/p/CcREQ04D1os/	12/04/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	ENTRETENIMENTO	FORTELECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/CcTqetqihjb/	13/04/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	ENTRETENIMENTO	FORTELECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/CcVda4bqgC5/	14/04/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	ENTRETENIMENTO	CONTEÚDO DE AUTORIDADE
https://www.instagram.com/p/CcYwnMrOgKs/	15/04/2022	CARROSSEL	CONTEÚDO EDUCATIVO	ENTRETENIMENTO	FORTELECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/CcjAX1vDljw/	19/04/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	ENTRETENIMENTO	RECONHECIMENTO DE PARES
https://www.instagram.com/p/CclrzIADQq5/	20/04/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	HUMOR	FORTELECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/CcoQwEmOC5q/	21/04/2022	CARROSSEL	CONTEÚDO EDUCATIVO	ENTRETENIMENTO	CONTEÚDO DE AUTORIDADE
https://www.instagram.com/p/CcgCDfPDclC/	22/04/2022	VÍDEO	NA MÍDIA	PUBLICIDADE	INFLUÊNCIA DIRETA
https://www.instagram.com/p/CcvtJXljzZD/	25/04/2022	VÍDEO	HUMOR	TREND	FORTELECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/Cc1ly-SDwei/	26/04/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	HUMOR	FORTELECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/Cc3nBKHDe1l/	27/04/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	HUMOR	FORTELECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/Cc6e2iluChy/	28/04/2022	CARROSSEL	CONTEÚDO EDUCATIVO	ENTRETENIMENTO	FORTELECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/Cc4DP7DBqO/	30/04/2022	VÍDEO	NA MÍDIA	PUBLICIDADE	INFLUÊNCIA DIRETA

https://www.instagram.com/p/CdEgOkIDY3c/	02/05/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	ENTRETENIMENTO	FORTELECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/CdlylzkjuLE/	04/05/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	INFORMATIVO	CONTEÚDO DE AUTORIDADE
https://www.instagram.com/p/CdJnlnlaDBgN/	04/05/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	ENTRETENIMENTO	FORTELECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/CdMSFPcDYgQ/	05/05/2022	VÍDEO	NA MÍDIA	METAS DO CANAL	REFORÇO DE POPULARIDADE
https://www.instagram.com/p/CdO3K9UugTv/	06/05/2022	CARROSSEL	CONTEÚDO EDUCATIVO	ENTRETENIMENTO	FORTELECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/CdQ6yGfDYRh/	07/05/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	INFORMATIVO	CONTEÚDO DE AUTORIDADE
https://www.instagram.com/p/CdT Ssnkumpz/	08/05/2022	POST FIXO	LIFESTYLE	DATAS COMEMORATIVAS	CONSTRUÇÃO DE REPUTAÇÃO
https://www.instagram.com/p/CdWgBCODvQC/	09/05/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	ENTRETENIMENTO	FORTELECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/CdZJXf2D82b/	10/05/2022	VÍDEO	HUMOR	TREND	FORTELECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/CdZ SsyLA2n1/	10/05/2022	VÍDEO	NA MÍDIA	PARTICIPAÇÃO ESPECIAL	EXPANSÃO DE PÚBLICO
https://www.instagram.com/p/Cdbr o0uuVgJ/	11/05/2022	CARROSSEL	CONTEÚDO EDUCATIVO	ENTRETENIMENTO	FORTELECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/Cdd4 UUTD05L/	12/05/2022	VÍDEO	HUMOR	ENTRETENIMENTO	EXPANSÃO DE PÚBLICO
https://www.instagram.com/p/Cdeg EXnibsP/	12/05/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	ENTRETENIMENTO	CONTEÚDO DE AUTORIDADE
https://www.instagram.com/p/Cdg4 ZclOQhY/	13/05/2022	CARROSSEL	CONTEÚDO EDUCATIVO	ENTRETENIMENTO	FORTELECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/Cdon XFajjnv/	16/05/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	HUMOR	FORTELECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/CdrQ fhxDag2/	17/05/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	ENTRETENIMENTO	RECONHECIMENTO DE PARES
https://www.instagram.com/p/Cdtyt 4wDphi/	18/05/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	HUMOR	FORTELECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/Cdw TsJSIQZ8/	19/05/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	ENTRETENIMENTO	CONTEÚDO DE AUTORIDADE
https://www.instagram.com/p/Cdyz KdnugBM/	20/05/2022	CARROSSEL	CONTEÚDO EDUCATIVO	INFORMATIVO	CONTEÚDO DE AUTORIDADE
https://www.instagram.com/p/Cd5t Ynlus61/	23/05/2022	CARROSSEL	NA MÍDIA	EVENTOS	FORTELECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/Cd6n AX2iv2X/	23/05/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	HUMOR	EXPANSÃO DE PÚBLICO

https://www.instagram.com/p/Cd9QiHaDDwB/	24/05/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	HUMOR	FORTALECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/CeBickwOw5A/	26/05/2022	CARROSSEL	CONTEÚDO EDUCATIVO	INFORMATIVO	CONTEÚDO DE AUTORIDADE
https://www.instagram.com/p/CeE7BZ6jN9O/	27/05/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	ENTRETENIMENTO	EXPANSÃO DE PÚBLICO
https://www.instagram.com/p/CeMme1pDaJe/	30/05/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	HUMOR	CONTEÚDO DE AUTORIDADE
https://www.instagram.com/p/CePVLd2DC7x/	31/05/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	HUMOR	EXPANSÃO DE PÚBLICO
https://www.instagram.com/p/CeTcgJUDCZ4/	02/06/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	HUMOR	EXPANSÃO DE PÚBLICO
https://www.instagram.com/p/CeW9hd0jTM0/	03/06/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	ENTRETENIMENTO	FORTALECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/CeerBqmDiRv/	06/06/2022	VÍDEO	NA MÍDIA	EVENTOS	CONTEÚDO DE AUTORIDADE
https://www.instagram.com/p/Ceg6b2kuUoK/	07/06/2022	POST FIXO	NA MÍDIA	EVENTOS	CONTEÚDO DE AUTORIDADE
https://www.instagram.com/p/CehOillj06M/	07/06/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	HUMOR	FORTALECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/Cej0gyMDH0L/	08/06/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	HUMOR	FORTALECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/CemYoYqjp-N/	09/06/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	ENTRETENIMENTO	FORTALECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/Cepb08LjJDZ/	10/06/2022	VÍDEO	NA MÍDIA	PUBLICIDADE	INFLUÊNCIA DIRETA
https://www.instagram.com/p/CetSgc5OdDN/	12/06/2022	POST FIXO	LIFESTYLE	DATAS COMEMORATIVAS	CONSTRUÇÃO DE REPUTAÇÃO
https://www.instagram.com/p/CewgdgxDNC8/	13/06/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	HUMOR	CONTEÚDO DE AUTORIDADE
https://www.instagram.com/p/CezNrTKDP_t/	14/06/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	HUMOR	EXPANSÃO DE PÚBLICO
https://www.instagram.com/p/Ce1dhSPDOXf/	15/06/2022	VÍDEO	NA MÍDIA	PUBLICIDADE	INFLUÊNCIA DIRETA
https://www.instagram.com/p/Ce1yeLdjiVWN4/	15/06/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	HUMOR	RECONHECIMENTO DE PARES
https://www.instagram.com/p/Ce4bc9jiiL9/	16/06/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	INFORMATIVO	CONTEÚDO DE AUTORIDADE
https://www.instagram.com/p/Ce66LUJD-_z/	17/06/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	HUMOR	FORTALECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/CfAHwVSOfp_/	19/06/2022	POST FIXO	NA MÍDIA	PARTICIPAÇÃO ESPECIAL	CONSTRUÇÃO DE REPUTAÇÃO

https://www.instagram.com/p/CfCrVNljvFO/	20/06/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	HUMOR	FORTELECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/CfFQ__1jgiY/	21/06/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	INFORMATIVO	CONTEÚDO DE AUTORIDADE
https://www.instagram.com/p/CfH1BzfDmgI/	22/06/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	HUMOR	FORTELECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/reel/CfKeQ9njVGB/	23/06/2022	VÍDEO	NA MÍDIA	PARTICIPAÇÃO ESPECIAL	CONSTRUÇÃO DE REPUTAÇÃO
https://www.instagram.com/p/CfSKfJLu3hi/	26/06/2022	POST FIXO	NA MÍDIA	PARTICIPAÇÃO ESPECIAL	CONSTRUÇÃO DE REPUTAÇÃO
https://www.instagram.com/reel/CfUsRTQj8Pb/	27/06/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	ENTRETENIMENTO	FORTELECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/CfXPCHxJBIF/	28/06/2022	VÍDEO	NA MÍDIA	METAS DO CANAL	REFORÇO DE POPULARIDADE
https://www.instagram.com/p/CfZGf0wO3Hg/	29/06/2022	POST FIXO	NA MÍDIA	METAS DO CANAL	REFORÇO DE POPULARIDADE
https://www.instagram.com/p/CfZ2JjzDKtY/	29/06/2022	VÍDEO	NA MÍDIA	METAS DO CANAL	REFORÇO DE POPULARIDADE
https://www.instagram.com/p/CfePeEVj0Ut/	01/07/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	HUMOR	EXPANSÃO DE PÚBLICO
https://www.instagram.com/p/Cfe-3lpOsiC/	01/07/2022	POST FIXO	NA MÍDIA	EVENTOS	CONSTRUÇÃO DE REPUTAÇÃO
https://www.instagram.com/p/Cfl6rEvi-58/	04/07/2022	VÍDEO	NA MÍDIA	PUBLICIDADE	INFLUÊNCIA DIRETA
https://www.instagram.com/p/Cfmvqb5jmvD/	04/07/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	HUMOR	EXPANSÃO DE PÚBLICO
https://www.instagram.com/p/CfpQ5YxDzzV/	05/07/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	HUMOR	EXPANSÃO DE PÚBLICO
https://www.instagram.com/p/CfruHuDgtRW/	06/07/2022	VÍDEO	HUMOR	TREND	RECONHECIMENTO DE PARES
https://www.instagram.com/p/Cfr4cDpD6lC/	06/07/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	HUMOR	EXPANSÃO DE PÚBLICO
https://www.instagram.com/p/CfulWpyDAAZ/	07/07/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	INFORMATIVO	CONTEÚDO DE AUTORIDADE
https://www.instagram.com/p/CfwZrOu0xv/	08/07/2022	POST FIXO	NA MÍDIA	EVENTOS	CONSTRUÇÃO DE REPUTAÇÃO
https://www.instagram.com/p/CfxCu6VDvna/	08/07/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	HUMOR	EXPANSÃO DE PÚBLICO
https://www.instagram.com/p/Cf41oD-Ds_u/	11/07/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	HUMOR	EXPANSÃO DE PÚBLICO
https://www.instagram.com/p/Cf7UDesjWl8/	12/07/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	HUMOR	EXPANSÃO DE PÚBLICO

https://www.instagram.com/p/Cf92ZlyD6FV/	13/07/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	HUMOR	EXPANSÃO DE PÚBLICO
https://www.instagram.com/p/CgAeVPfDuZ7/	14/07/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	HUMOR	FORTALECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/CgDEJdNDzS7/	15/07/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	ENTRETENIMENTO	CONTEÚDO DE AUTORIDADE
https://www.instagram.com/p/CgK1xfmDnoj/	18/07/2022	VÍDEO	NA MÍDIA	PARTICIPAÇÃO ESPECIAL	CONSTRUÇÃO DE REPUTAÇÃO
https://www.instagram.com/p/CgNVn22Ovez/	19/07/2022	POST FIXO	CONTEÚDO EDUCATIVO	ENTRETENIMENTO	FORTALECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/CgP4jgkj0TT/	20/07/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	HUMOR	EXPANSÃO DE PÚBLICO
https://www.instagram.com/p/CgSgBPND1fZ/	21/07/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	ENTRETENIMENTO	RECONHECIMENTO DE PARES
https://www.instagram.com/p/CgUOTeSjkfH/	22/07/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	ENTRETENIMENTO	CONTEÚDO DE AUTORIDADE
https://www.instagram.com/p/CgVloNRjsx9/	22/07/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	ENTRETENIMENTO	EXPANSÃO DE PÚBLICO
https://www.instagram.com/p/CgCw1iADQnc/	25/07/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	HUMOR	EXPANSÃO DE PÚBLICO
https://www.instagram.com/p/Cgfmcf5pLVm/	26/07/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	INFORMATIVO	FORTALECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/Cgh3X1_JnT8/	27/07/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	HUMOR	EXPANSÃO DE PÚBLICO
https://www.instagram.com/p/CgkcqUupYor/	28/07/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	INFORMATIVO	CONTEÚDO DE AUTORIDADE
https://www.instagram.com/p/Cgmmvbtj6er/	29/07/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	HUMOR	FORTALECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/CguoChdAJ2g/	01/08/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	HUMOR	EXPANSÃO DE PÚBLICO
https://www.instagram.com/p/Cgxdzb2qJh4/	02/08/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	HUMOR	EXPANSÃO DE PÚBLICO
https://www.instagram.com/p/Cgz9pMQqLpb/	03/08/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	INFORMATIVO	FORTALECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/Cg1mtalOgu-/	04/08/2022	POST FIXO	NA MÍDIA	PARTICIPAÇÃO ESPECIAL	CONSTRUÇÃO DE REPUTAÇÃO
https://www.instagram.com/p/Cg16oWyAQa9/	04/08/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	HUMOR	FORTALECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/Cg2XctyAYzu/	04/08/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	INFORMATIVO	CONTEÚDO DE AUTORIDADE
https://www.instagram.com/p/Cg4hbBBunJZ/	05/08/2022	CARROSSEL	NA MÍDIA	EVENTOS	CONSTRUÇÃO DE REPUTAÇÃO

https://www.instagram.com/p/Cg5DeOsAWMV/	05/08/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	HUMOR	EXPANSÃO DE PÚBLICO
https://www.instagram.com/p/ChAtTrgpVcv/	08/08/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	ENTRETENIMENTO	EXPANSÃO DE PÚBLICO
https://www.instagram.com/p/ChDZcgJMMMA/	09/08/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	HUMOR	FORTELECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/ChFbLxBDqV8/	10/08/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	ENTRETENIMENTO	FORTELECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/ChIEuD1DV9E/	11/08/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	OPORTUNIDADE	EXPANSÃO DE PÚBLICO
https://www.instagram.com/p/ChKkiTZjloc/	12/08/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	HUMOR	EXPANSÃO DE PÚBLICO
https://www.instagram.com/p/ChS9d7Sp6Yx/	15/08/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	OPORTUNIDADE	EXPANSÃO DE PÚBLICO
https://www.instagram.com/p/ChTD3ZTpz8j/	15/08/2022	VÍDEO	NA MÍDIA	PUBLICIDADE	INFLUÊNCIA DIRETA
https://www.instagram.com/p/ChXDmFKAtfL/	17/08/2022	VÍDEO	LIFESTYLE	ENTRETENIMENTO	FORTELECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/ChXWWJcj6XP/	17/08/2022	VÍDEO	LIFESTYLE	ENTRETENIMENTO	FORTELECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/ChX8V14px24/	17/08/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	HUMOR	FORTELECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/ChcfrdHDJxW/	19/08/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	HUMOR	FORTELECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/ChdPPScJRdi/	19/08/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	HUMOR	FORTELECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/ChhrTeBDhiF/	21/08/2022	VÍDEO	LIFESTYLE	VIDA PESSOAL	CONSTRUÇÃO DE REPUTAÇÃO
https://www.instagram.com/p/Chk283Op6-5/	22/08/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	HUMOR	FORTELECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/ChmtS0hj8UM/	23/08/2022	VÍDEO	NA MÍDIA	PARTICIPAÇÃO ESPECIAL	CONSTRUÇÃO DE REPUTAÇÃO
https://www.instagram.com/p/ChqE1UgJoQj/	24/08/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	INFORMATIVO	CONTEÚDO DE AUTORIDADE
https://www.instagram.com/p/ChsB-nCO6iY/	25/08/2022	CARROSSEL	NA MÍDIA	EVENTOS	CONSTRUÇÃO DE REPUTAÇÃO
https://www.instagram.com/p/ChsBDQM5p/	25/08/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	ENTRETENIMENTO	CONTEÚDO DE AUTORIDADE
https://www.instagram.com/p/ChukR4Ujd_x/	26/08/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	HUMOR	FORTELECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/ChvVqsDpcjc/	26/08/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	HUMOR	EXPANSÃO DE PÚBLICO

https://www.instagram.com/p/Ch2-gD-J31G/	29/08/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	INFORMATIVO	CONTEÚDO DE AUTORIDADE
https://www.instagram.com/p/Ch8YUfipOKa/	31/08/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	HUMOR	FORTELECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/Ch9-htrjo1r/	01/09/2022	VÍDEO	HUMOR	TREND	EXPANSÃO DE PÚBLICO
https://www.instagram.com/p/CiBPZyWpiOm/	02/09/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	HUMOR	FORTELECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/CiK7duADxvU/	06/09/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	HUMOR	CONTEÚDO DE AUTORIDADE
https://www.instagram.com/p/CiQC4_0OAXo/	08/09/2022	POST FIXO	CONTEÚDO EDUCATIVO	OPORTUNIDADE	EXPANSÃO DE PÚBLICO
https://www.instagram.com/p/CiQwc78pEgC/	08/09/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	INFORMATIVO	CONTEÚDO DE AUTORIDADE
https://www.instagram.com/p/CiSnlbUDPg1/	09/09/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	OPORTUNIDADE	EXPANSÃO DE PÚBLICO
https://www.instagram.com/p/CiTqT6Gp7Mh/	09/09/2022	POST FIXO	HUMOR	MEMES	FORTELECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/CibIDbhJuU7/	12/09/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	HUMOR	FORTELECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/CicDMzD1UM/	13/09/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	HUMOR	EXPANSÃO DE PÚBLICO
https://www.instagram.com/p/Ciivc2QpUj0/	15/09/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	HUMOR	FORTELECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/CipYDDupF5J/	18/09/2022	VÍDEO	NA MÍDIA	COLLAB	RECONHECIMENTO DE PARES
https://www.instagram.com/p/Cis22t6Dctt/	19/09/2022	VÍDEO	NA MÍDIA	PUBLICIDADE	INFLUÊNCIA DIRETA
https://www.instagram.com/p/Ciu51u5u4FE/	20/09/2022	POST FIXO	HUMOR	MEMES	FORTELECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/CivjPCqpf2/	20/09/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	HUMOR	EXPANSÃO DE PÚBLICO
https://www.instagram.com/p/Cix2Gg0pvpy/	21/09/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	HUMOR	FORTELECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/CiOTXC4DoPi/	22/09/2022	VÍDEO	LIFESTYLE	VIDA PESSOAL	CONSTRUÇÃO DE REPUTAÇÃO
https://www.instagram.com/p/Ci2vtfyul2W/	23/09/2022	POST FIXO	CONTEÚDO EDUCATIVO	ENTRETENIMENTO	RECONHECIMENTO DE PARES
https://www.instagram.com/p/Ci7jvJvugMt/	25/09/2022	CARROSSEL	NA MÍDIA	PARTICIPAÇÃO ESPECIAL	CONSTRUÇÃO DE REPUTAÇÃO
https://www.instagram.com/p/Ci-XCyMDcqq/	26/09/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	HUMOR	FORTELECIMENTO DE COMUNIDADE

https://www.instagram.com/p/CiDjixzj4oX/	28/09/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	HUMOR	FORTALECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/CjEGtKsJnKy/	28/09/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	HUMOR	EXPANSÃO DE PÚBLICO
https://www.instagram.com/p/CjEKGv7JNUv/	28/09/2022	VÍDEO	NA MÍDIA	COLLAB	RECONHECIMENTO DE PARES
https://www.instagram.com/p/CjFFLPDe-X/	29/09/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	OPORTUNIDADE	EXPANSÃO DE PÚBLICO
https://www.instagram.com/p/CjG02d2pNBt/	29/09/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	INFORMATIVO	CONTEÚDO DE AUTORIDADE
https://www.instagram.com/p/CjJkw2Hp0ut/	30/09/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	INFORMATIVO	CONTEÚDO DE AUTORIDADE
https://www.instagram.com/p/CjQel2BjmKw/	03/10/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	HUMOR	FORTALECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/CjWfawbJUCK/	05/10/2022	VÍDEO	LIFESTYLE	ENTRETENIMENTO	CONSTRUÇÃO DE REPUTAÇÃO
https://www.instagram.com/p/CjZBbQpaQx/	06/10/2022	POST FIXO	HUMOR	MEMES	FORTALECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/CibPf5spTB6/	07/10/2022	VÍDEO	HUMOR	MEMES	FORTALECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/CjieCIGDPKr/	10/10/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	HUMOR	FORTALECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/Cjizi_WJB-p/	11/10/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	HUMOR	CONTEÚDO DE AUTORIDADE
https://www.instagram.com/p/Cjq4_0uJEFg/	13/10/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	INFORMATIVO	CONTEÚDO DE AUTORIDADE
https://www.instagram.com/p/Cjsvu_RDc47/	14/10/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	INFORMATIVO	CONTEÚDO DE AUTORIDADE
https://www.instagram.com/p/CjvSgklibBA/	15/10/2022	VÍDEO	LIFESTYLE	DATAS COMEMORATIVAS	CONSTRUÇÃO DE REPUTAÇÃO
https://www.instagram.com/p/CjwNbUIDz6s/	15/10/2022	VÍDEO	LIFESTYLE	DATAS COMEMORATIVAS	FORTALECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/CjOgHjdOr4o/	17/10/2022	POST FIXO	HUMOR	MEMES	FORTALECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/Cj6UjkTpV05/	19/10/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	HUMOR	FORTALECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/Cj8ypcapLNy/	20/10/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	INFORMATIVO	CONTEÚDO DE AUTORIDADE
https://www.instagram.com/p/Cj_gafmplFt/	21/10/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	HUMOR	FORTALECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/CkHUYf2JMpZ/	24/10/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	HUMOR	FORTALECIMENTO DE COMUNIDADE

https://www.instagram.com/p/CkJC9fxDI4a/	25/10/2022	VÍDEO	HUMOR	TREND	EXPANSÃO DE PÚBLICO
https://www.instagram.com/p/CkLwixJDebg/	26/10/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	HUMOR	EXPANSÃO DE PÚBLICO
https://www.instagram.com/p/CkMRBQQD-3I/	26/10/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	MOTIVACIONAL	FORTELECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/CkOWJ_6JDSb/	27/10/2022	VÍDEO	HUMOR	TREND	EXPANSÃO DE PÚBLICO
https://www.instagram.com/p/CkO8xpTpiIN/	27/10/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	INFORMATIVO	CONTEÚDO DE AUTORIDADE
https://www.instagram.com/p/CkQ1rxNpaES/	28/10/2022	CARROSSEL	CONTEÚDO EDUCATIVO	ENTRETENIMENTO	FORTELECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/CkTXQ_bjJh9/	29/10/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	OPORTUNIDADE	FORTELECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/CkZOrTdJhbd/	31/10/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	HUMOR	FORTELECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/CkqNQEzjx3X/	03/11/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	INFORMATIVO	CONTEÚDO DE AUTORIDADE
https://www.instagram.com/p/Ckq8dZ3JSxn/	03/11/2022	VÍDEO	LIFESTYLE	DATAS COMEMORATIVAS	CONSTRUÇÃO DE REPUTAÇÃO
https://www.instagram.com/p/Cki8jMnJ2g-/	04/11/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	INFORMATIVO	CONTEÚDO DE AUTORIDADE
https://www.instagram.com/p/CkjiUPeJ15N/	04/11/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	OPORTUNIDADE	EXPANSÃO DE PÚBLICO
https://www.instagram.com/p/CklaQLuDeKQ/	05/11/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	OPORTUNIDADE	CONTEÚDO DE AUTORIDADE
https://www.instagram.com/p/CkqIm3zDCb5/	07/11/2022	VÍDEO	HUMOR	ENTRETENIMENTO	FORTELECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/CkRLo72pw81/	07/11/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	COLLAB	RECONHECIMENTO DE PARES
https://www.instagram.com/p/CktwzgrJ5Zq/	08/11/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	COLLAB	RECONHECIMENTO DE PARES
https://www.instagram.com/p/CkvgepvjYHA/	09/11/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	HUMOR	FORTELECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/CkwV7CDJK-P/	09/11/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	COLLAB	RECONHECIMENTO DE PARES
https://www.instagram.com/p/CkyHfYifTz/	10/11/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	INFORMATIVO	CONTEÚDO DE AUTORIDADE
https://www.instagram.com/p/CkytOySpLxP/	10/11/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	HUMOR	CONTEÚDO DE AUTORIDADE
https://www.instagram.com/p/CkzCHq8JfNv/	10/11/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	COLLAB	RECONHECIMENTO DE PARES

https://www.instagram.com/p/Ck03SxkjFie/	11/11/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	HUMOR	FORTALECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/Ck1cLC5pzh/	11/11/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	COLLAB	RECONHECIMENTO DE PARES
https://www.instagram.com/p/Ck3TWk9DSTO/	12/11/2022	VÍDEO	HUMOR	TREND	FORTALECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/Ck36UHEubom/	12/11/2022	POST FIXO	HUMOR	MEMES	FORTALECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/Ck6O9Cguz2j/	13/11/2022	POST FIXO	CONTEÚDO EDUCATIVO	INFORMATIVO	CONTEÚDO DE AUTORIDADE
https://www.instagram.com/p/Ck_JpEqO-UN/	15/11/2022	POST FIXO	NA MÍDIA	PUBLICIDADE	INFLUÊNCIA DIRETA
https://www.instagram.com/p/CIBzNwUjc6r/	16/11/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	HUMOR	FORTALECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/CICUnUFDciy/	16/11/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	ENTRETENIMENTO	CONTEÚDO DE AUTORIDADE
https://www.instagram.com/p/CIFDJ3_Drfa/	17/11/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	ENTRETENIMENTO	FORTALECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/CIHooykjXoP/	18/11/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	INFORMATIVO	CONTEÚDO DE AUTORIDADE
https://www.instagram.com/p/CIMEt4virPi/	20/11/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	ENTRETENIMENTO	FORTALECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/CIOpvqCuVJ4/	21/11/2022	CARROSSEL	CONTEÚDO EDUCATIVO	OPORTUNIDADE	FORTALECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/CIRrkDjgX0/	22/11/2022	VÍDEO	NA MÍDIA	PUBLICIDADE	INFLUÊNCIA DIRETA
https://www.instagram.com/p/CIWFko7DoW_/	24/11/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	MOTIVACIONAL	FORTALECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/CIXCWq9DYZY/	24/11/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	ENTRETENIMENTO	FORTALECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/CiZAFvWrPEq/	25/11/2022	POST FIXO	LIFESTYLE	VIDA PESSOAL	CONSTRUÇÃO DE REPUTAÇÃO
https://www.instagram.com/p/CiZPHn0uEiC/	25/11/2022	CARROSSEL	CONTEÚDO EDUCATIVO	OPORTUNIDADE	FORTALECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/CiQoKB6DAPR/	28/11/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	HUMOR	EXPANSÃO DE PÚBLICO
https://www.instagram.com/p/CiJQUrOjSNq/	29/11/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	HUMOR	RECONHECIMENTO DE PARES
https://www.instagram.com/p/CikKMeouh0y/	29/11/2022	POST FIXO	LIFESTYLE	ENTRETENIMENTO	FORTALECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/CiI5zj5utN6/	30/11/2022	CARROSSEL	CONTEÚDO EDUCATIVO	OPORTUNIDADE	FORTALECIMENTO DE COMUNIDADE

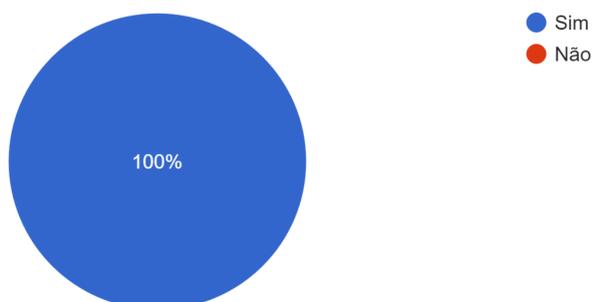
https://www.instagram.com/p/CImejdwOPUR/	30/11/2022	CARROSSEL	CONTEÚDO EDUCATIVO	OPORTUNIDADE	FORTALECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/Clov1AO64J/	01/12/2022	POST FIXO	HUMOR	TREND	FORTALECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/CIpFM23DaRV/	01/12/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	ENTRETENIMENTO	FORTALECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/CIrCnL3uMLM/	02/12/2022	CARROSSEL	CONTEÚDO EDUCATIVO	OPORTUNIDADE	FORTALECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/ClyeZrOI9Y/	05/12/2022	POST FIXO	LIFESTYLE	ENTRETENIMENTO	FORTALECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/C11_tsbJnn7/	06/12/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	ENTRETENIMENTO	EXPANSÃO DE PÚBLICO
https://www.instagram.com/p/C136PEajckF/	07/12/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	HUMOR	FORTALECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/C17AEYJPXse/	08/12/2022	CARROSSEL	CONTEÚDO EDUCATIVO	OPORTUNIDADE	FORTALECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/C19oXtfDb3o/	09/12/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	OPORTUNIDADE	FORTALECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/CmFF9A2jzb6/	12/12/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	ENTRETENIMENTO	FORTALECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/CmHVRc1DNZq/	13/12/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	OPORTUNIDADE	EXPANSÃO DE PÚBLICO
https://www.instagram.com/p/CmHuQRsin4U/	13/12/2022	VÍDEO	NA MÍDIA	EVENTOS	CONSTRUÇÃO DE REPUTAÇÃO
https://www.instagram.com/p/CmJsGJuOJge/	14/12/2022	CARROSSEL	CONTEÚDO EDUCATIVO	OPORTUNIDADE	FORTALECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/CmKm83VDrWT/	14/12/2022	VÍDEO	NA MÍDIA	PUBLICIDADE	INFLUÊNCIA DIRETA
https://www.instagram.com/p/CmMV9F5OjIR/	15/12/2022	CARROSSEL	CONTEÚDO EDUCATIVO	OPORTUNIDADE	FORTALECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/CmM2BGyOE3s/	15/12/2022	POST FIXO	LIFESTYLE	VIDA PESSOAL	CONSTRUÇÃO DE REPUTAÇÃO
https://www.instagram.com/p/CmO9Ur6jhL6/	16/12/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	OPORTUNIDADE	EXPANSÃO DE PÚBLICO
https://www.instagram.com/p/CmPvPi0OINm/	16/12/2022	CARROSSEL	CONTEÚDO EDUCATIVO	OPORTUNIDADE	FORTALECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/CmRffIMjzQe/	17/12/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	HUMOR	FORTALECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/CmZTeeWDr4g/	20/12/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	HUMOR	CONTEÚDO DE AUTORIDADE
https://www.instagram.com/p/CmckOiFJikr/	21/12/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	HUMOR	EXPANSÃO DE PÚBLICO

https://www.instagram.com/p/Cmq7LElpDY7/	23/12/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	HUMOR	FORTALECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/CmjdyapESw/	24/12/2022	VÍDEO	HUMOR	ENTRETENIMENTO	FORTALECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/Cmk0cFzMDuE/	25/12/2022	POST FIXO	LIFESTYLE	VIDA PESSOAL	CONSTRUÇÃO DE REPUTAÇÃO
https://www.instagram.com/p/Cmotv3rpKvp/	26/12/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	OPORTUNIDADE	FORTALECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/CmuqY_OJAZS/	28/12/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	ENTRETENIMENTO	FORTALECIMENTO DE COMUNIDADE
https://www.instagram.com/p/Cmw7ZCqJ_4u/	29/12/2022	VÍDEO	LIFESTYLE	VIDA PESSOAL	INFLUÊNCIA DIRETA
https://www.instagram.com/p/Cm1lmQZp3KH/	31/12/2022	VÍDEO	CONTEÚDO EDUCATIVO	MOTIVACIONAL	FORTALECIMENTO DE COMUNIDADE

APÊNDICE C - Gráficos obtidos a partir das respostas do questionário voltado aos pré-vestibulandos

Você é pré-vestibulando? (Está se preparando para o ingresso no ensino superior)

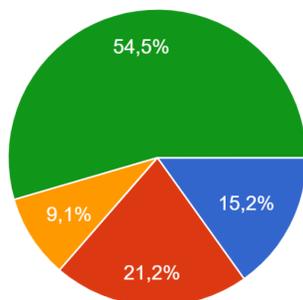
30 respostas



VIVÊNCIA ESTUDANTIL

Você estudou em escolas particulares ao longo da vida?

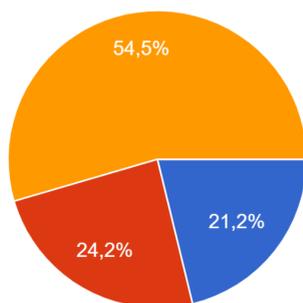
33 respostas



- Sempre estudei em escolas particulares
- Estudei a maior parte da vida em escolas particulares
- Estudei a maior parte da vida em escolas públicas
- Sempre estudei em escolas públicas

Você frequenta cursinho preparatório para o vestibular atualmente?

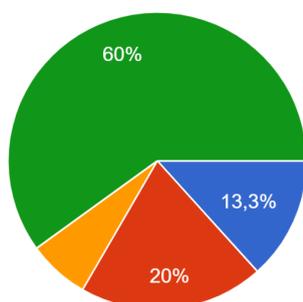
33 respostas



- Sim, frequento cursinho popular
- Sim, frequento cursinho particular
- Não frequento

Caso você frequente cursinho, ele é:

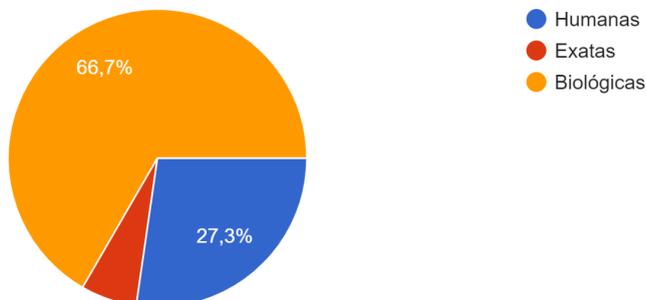
15 respostas



- Integral
- Meio período (Manhã)
- Meio período (Tarde)
- Meio período (Noturno)

A qual área pertence o curso superior que você pretende ingressar? (Obs: caso você tenha interesse por diversos cursos, assinale a alternativa referente à sua primeira opção)

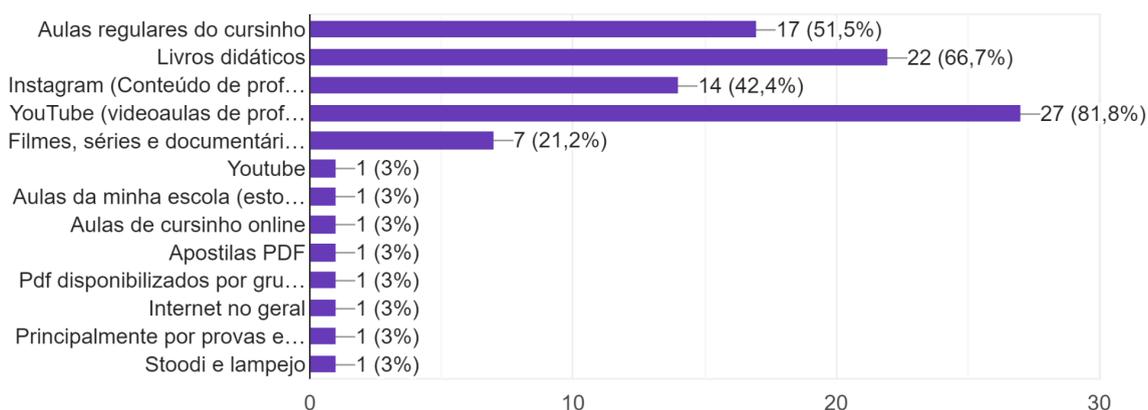
33 respostas



HÁBITOS DE ESTUDO

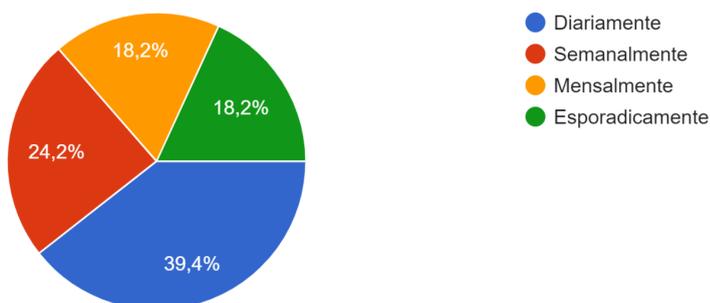
Selecione os meios que você utiliza para estudar

33 respostas



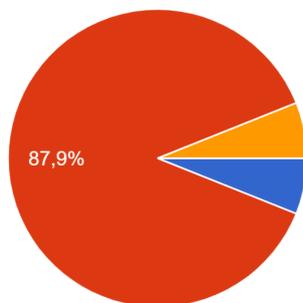
Com que frequência recorre ao conteúdo de influencers da educação?

33 respostas



Para você, qual a relevância dos conteúdos educativos do Instagram feitos por professores influenciadores?

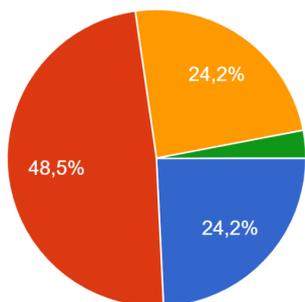
33 respostas



- Muito relevante (é o meu principal meio de estudo e vale por si só)
- Consideravelmente relevante (complementa os conteúdos das aulas, mas não são suficientes)
- Nada relevante (não contribuem em nada para o seu aprendizado)

Qual a contribuição do conteúdo dos influencers pra o seu estudo?

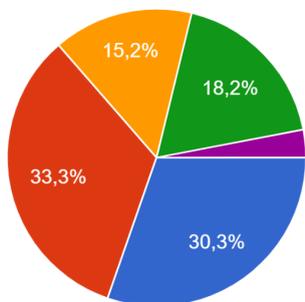
33 respostas



- Me ajudam a MEMORIZAR o conteúdo que aprendo em sala de aula
- Me ajudam a EXERCITAR o conteúdo que aprendo em sala de aula
- Me ajudam a APRENDER através do humor e entretenimento
- Me ajudam a memorizar o conteúdo que aprendo em sala de aula

Qual característica do conteúdo dos influencers da educação é mais importante para você enquanto estudante?

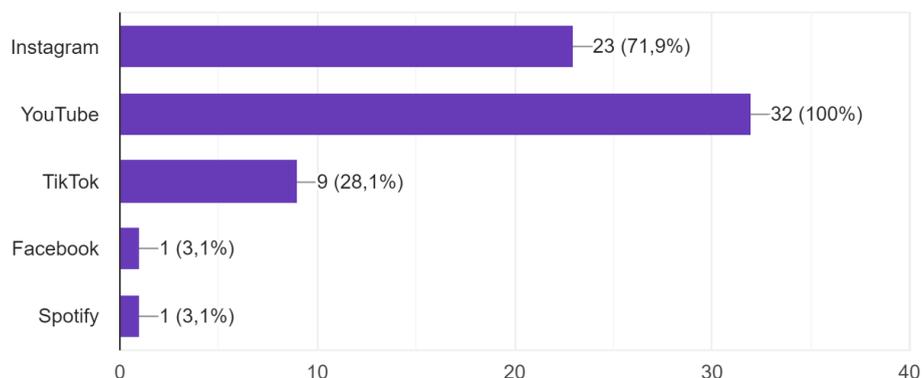
33 respostas



- Transmitem conteúdos relevantes com linguagem didática
- Possuem linguagem bem humorada, o que facilita o aprendizado
- Promovem um espaço de troca, que contribui para a criação de grupos de...
- São acessíveis, uma vez que podem ser acessados de qualquer lugar pelo sm...
- Possuem linguagem descontraída, o que facilita o aprendizado

Por quais canais você acompanha o conteúdo de professores influenciadores?

32 respostas



Cite quem são esses influenciadores.

19 respostas

noslen, ferrato matemática, "biologia é ou não é um t3sao?", débora alladin, e muitos outros

Livrisa, prof noslen, prof anelize, prof vareta etc

João Carvalho, Luide matos, Jones Manoel, Laura Sabino, Ian neves, Pirula, Gustavo gaiofato, ciência todo dia, Humberto matos, chavoso da usp, Felipe durante, André roncaglia, estude matemática entre outros

Professor ferretto e Noslen

Ciência Todo Dia, Professor Noslen, Professora

Ferreto
Noslem
Descomplica

Marcelão da Química, Paulo Valim, Professor Ferretto, Kennedy Ramos, Paulo Jubilut, Professor Noslen, Professor Boaro, dentre outros.

Susane ribeiro

Noslen, debora aladin, ferreto

Vinicius de Oliveira e Renato Palmeira

sarah método questiona, gabby favila, jeniffer vespa etc

Susane Ribeiro, Prof. Do foco no mil, professor Michel de química da plataforma ferreto.

Lulu

Noslen , ProEnem, Papo de vestibular, entre outros

Thales (Chama O Físico), Susane Ribeiro (método sniper), Felipe Pereira(Método IHM), entre outros...

Têm vaeios. Como por exemplo: Pró Enem; Felipe Araújo; Curso Enem Gratuito; Lucas Felpi, Débora Aladim, Gabarito Enem, Repertório Enem, Prof Débora. Entre outros.

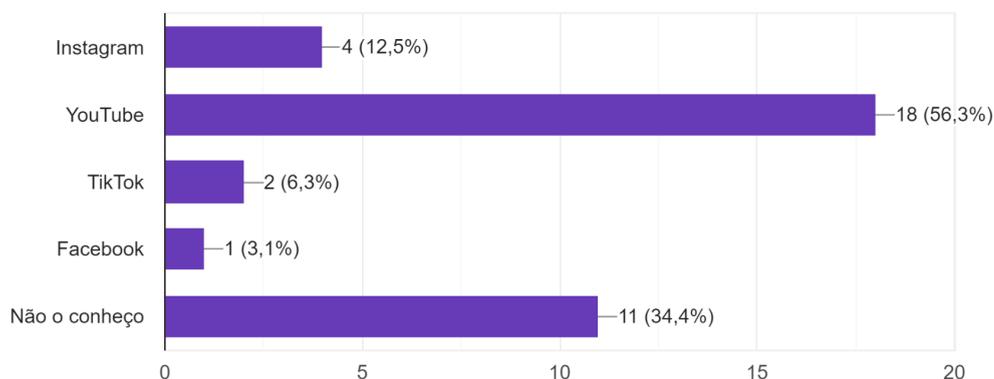
Praticamente não uso, a ponto de não saber nominalmente. Apenas para resolução de questão ou comentário de gabarito .

Jessi ellen, proenem, professor davi e entre outros

Debora aladim, luisa oliveira

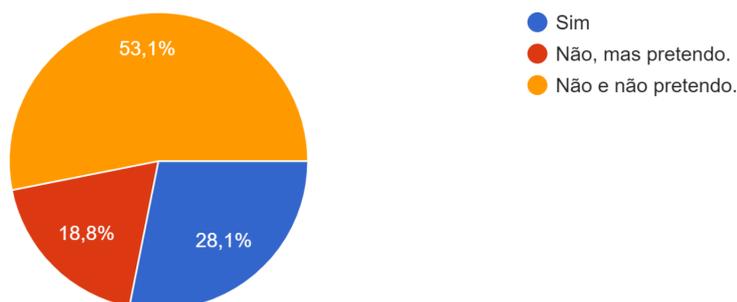
Você conhece o professor Noslen Borges? Caso a resposta seja sim, por quais canais você acompanha o conteúdo dele?

32 respostas



Você já chegou a aderir cursos online de algum influencer da educação?

32 respostas



Caso queira, deixe um relato sobre a contribuição do conteúdo de influenciadores no Instagram para a sua jornada de estudo enquanto vestibulando.

4 respostas

O conteúdo gratuito disponível por influenciadores no Instagram foi e ainda é uma ferramenta muito útil na minha jornada de estudos, pois aprendo dicas sobre os conteúdos, como se planejar/organizar, como estudar certo, como resolver mais rapidamente as questões, entre outras dicas que me auxiliam. Para mim é uma forma ótima de aprendizado no tempo livre se for com qualidade, rápida, esquematizada, objetiva e melhor ainda se for bem explicada e com boa didática, ainda mais que o estudante não possui muito tempo disponível para ficar olhando ou lendo muitas coisas no Instagram.

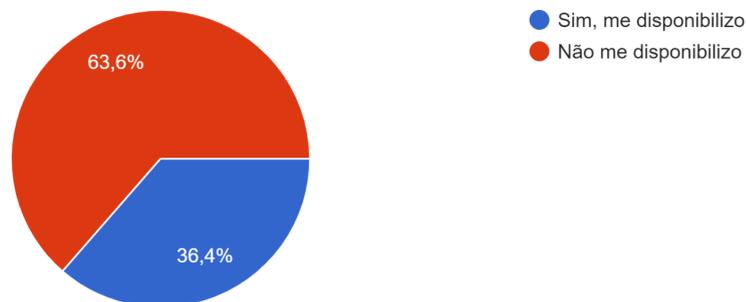
Que apesar das dificuldades, só tenho a agradecer pelos aprendizados e ensinamentos. Que continuem sempre inovando e trazendo conhecimento para os internautas. 📖❤️

Eu sempre procuro videos de resolução de questões ENEM no tiktok... os profs explicam de forma didática e agil

Tem me ajudado quanto a possibilidades de aprendizado

Você se disponibilizaria a participar de uma conversa mais aprofundada sobre este tema?

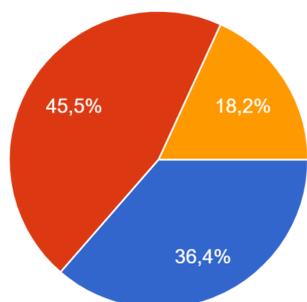
33 respostas



PERFIL SOCIOECONÔMICO

Qual é sua faixa etária?

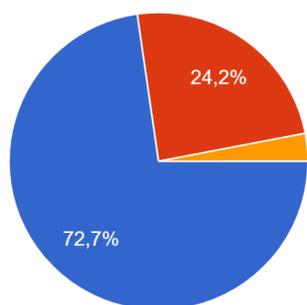
33 respostas



- Menor de 18 anos
- De 19 a 25 anos
- De 26 a 29 anos
- De 30 a 35 anos
- De 36 a 39 anos
- De 40 a 55 anos
- Mais de 56 anos

Com qual gênero você se identifica?

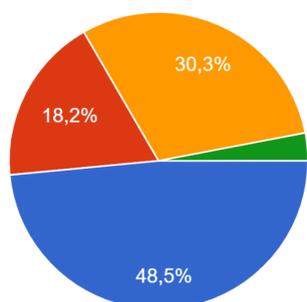
33 respostas



- Feminino
- Masculino
- Prefiro não responder

Qual é sua cor ou raça?

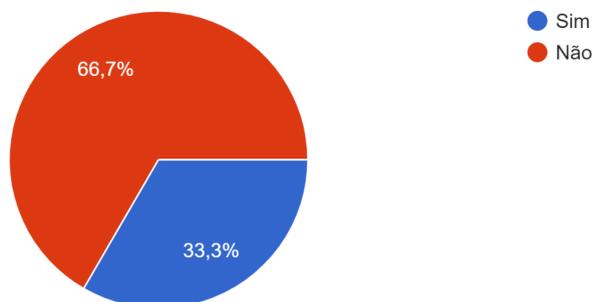
33 respostas



- Branca
- Preta
- Parda
- Amarela
- Indígena

Você exerce atividade remunerada?

33 respostas



De qual estado brasileiro você é?

33 respostas

